

**COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO PESQUERO EN LA
CIENAGA GRANDE DE SANTA MARTA**

**ALFONSO CHARRIS CASSIANI
ALBERTO PEÑA BUSTAMANTE
YAMILE TORRES PALACIO**

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ECONOMIA AGRICOLA
FACULTAD DE INGENIERIA
PROGRAMA DE INGENIERIA PESQUERA
SANTA MARTA D.T.C.H.**

1.995

~~Leg.~~
~~914-E.A.-I.P.~~
~~Pl 485c~~
IP 00073



019309

**COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO PESQUERO EN LA
CIENAGA GRANDE DE SANTA MARTA**

**ALFONSO CHARRIS CASSIANI
ALBERTO PEÑA BUSTAMANTE
YAMILE TORRES PALACIO**

Trabajo de memoria de Grado
para optar al Título de Economista Agrícola
e Ingeniero Pesquero

Presidente
BLANCA GONZALEZ PORTO
Economista Agrícola

**UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ECONOMIA AGRICOLA
FACULTAD DE INGENIERIA
PROGRAMA DE INGENIERIA PESQUERA
SANTA MARTA D.T.C.H.**

1.995

NOTA DE ACEPTACION

Jurado

Jurado

Presidente de tesis

Santa Marta, Agosto de 1.995

Artículo 147 literal "F" del Reglamento Interno de la Universidad del Magdalena.

"El presidente de la memoria de grado y los jurados examinadores, no serán responsables de los conceptos e ideas emitidos por los autores".

DEDICATORIA

DEDICO A:

Dad gracias en todo, porque esta es la voluntad de Dios para con vosotros en Cristo Jesús. (I Tes, 5 : 18).

Mis padres: MIGUEL y MERCEDES, por sus esfuerzos y sacrificios, y por su fé en mi.

Mis hermanos: JENILEK, LAUDITH, ASSENETH, LILIBETH, MIGUEL y ALEXIS, por creer en mi y su constante apoyo.

La memoria de mis abuelos (q.e.p.d.).

Mi cuñado: ARIEL DAZA ROMERO, por su apoyo incondicional.

Mis sobrinos.

Mi amigo y compañero GUILLERMO MADURO VASQUEZ (q.e.p.d.)

Mis familiares.

Mis amigos y compañeros de clase.

ALFONSO

DEDICATORIA

DEDICO A:

Dios, sobre todas las cosas.

Mis padres, Alfredo y Gladys. Quienes con amor y esfuerzo me llevaron a culminar con éxito mis estudios académicos e hicieron lo posible para culminar éste proyecto.

Mis hermanos; Eyisel, Gladys, Yesenia, Alfredo, Jaime y Manuel, Quienes me brindaron todo su apoyo incondicional.

A Mi Esposa Ana Cecilia, con grandes sacrificios me llevo a la cima del exito profesional.

Mis Suegros; Loreto y Guillermina.

Y en especial a mi hija Eyisel Sofia Quien ha sido paciente en la espera de mi triunfo.

ALBERTO

DEDICATORIA

Dad gracias en todo, porque esta es la voluntad de Dios para con vosotros en Cristo Jesús. (I Tes, 5 : 18).

A mis padres Andrés y Yolanda por el apoyo y ánimo que siempre me han brindado.

A mis hermanos Emperatriz y Carlos Arturo por la comprensión y ayuda que siempre he recibido de ellos.

A mis abuelos Rosa y Nolasco por su cariño y comprensión.

A mis tios, tias y demás familiares por su apoyo.

A Luis Fernando Castro por el amor y apoyo que me ha dado.

A la memoria de Guillermo Maduro Vásquez (Q.E.P.D.).

A mis amigos Shirley, Maria Elena, Alfonso, Jéssica, Carlos, Isabel y Reinaldo.

YAMILE

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen a todas aquellas personas y entidades que de una u otra forma colaboraron para la realización de esta investigación a:

BLANCA GONZALEZ PORTO, Economista Agrícola. Universidad de Magdalena.

ANDRES FERNANDEZ QUINTERO, Ingeniero Pesquero. Universidad del Magdalena.

LUIS EBERTO BAÑOS, Economista Agrícola. Universidad del Magdalena.

TONY DE LA CRUZ RESTREPO, Sociólogo.

EFRAIN VILORIA MAESTRE, Ingeniero Pesquero. INVEMAR.

JOSE GONZALEZ PORTO, Economista Agrícola.

ERNESTO DEL VILLAR, Ingeniero de Sistemas. CORPAMAG.

JAIRO CUETO, Programador de Sistemas. CORPAMAG.

EMPERATRIZ ZAPATA, Ingeniera de Sistemas. Universidad del Magdalena.

ELIZABETH GOENAGA, Secretaria. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad del Magdalena.

MIRIAM LINERO, Secretaria. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad del Magdalena.

IDANIA ARAGON, Secretaria. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad del Magdalena.

MAYOLIS ARRIETA DAVILA, Economista Agrícola.

MANUEL VICENTE LOPEZ.

PRO - CIENAGA

INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIONES MARINAS INVEMAR.

INSTITUTO NACIONAL DE PESCA Y ACUICULTURA. INPA.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS. Programa de Economía
Agrícola.

FACULTAD DE INGENIERIA. Programa de Ingenieria Pesquera.

UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA.

COMUNIDAD DE LA CIENAGA GRANDE DE SANTA MARTA.

TABLA DE CONTENIDO

0 METODOLOGIA	27
0.1 PRESENTACION	27
0.2 JUSTIFICACION	29
0.2.1 Justificación Académica	29
0.2.2 Justificación General.	29
0.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	31
0.4 ESTADO DE DESARROLLO O ANTECEDENTES.....	37
0.5 OBJETIVOS	45
0.5.1 Objetivo General.....	45
0.5.2 Objetivos Específicos.	45
0.6 FORMULACION DE HIPOTESIS.....	46
0.6.1 Hipótesis Central.	46
0.6.2 Hipótesis de Trabajo.....	47

0.7 DISEÑO METODOLOGICO	48
0.7.1 Selección y Medición de las Variables de Análisis.....	48
0.7.1.1 Variables Independientes.	48
0.7.1.2 Variables Dependientes.....	48
0.7.1.3 Diagrama de Variables.	49
0.7.2 Determinación del Universo Geográfico y Temporal.	49
0.7.3 Formas de Observar la Población.....	51
0.7.4 Técnicas e Instrumentos para la recolección de la información.	52
0.7.4.1 Recolección de la Información.....	54
0.7.4.2 Técnicas o Procedimientos de Análisis.	54
0.8 LIMITACIONES	54
 1. ASPECTOS DE LA PRODUCCION.....	56
1.1 CENTROS DE ACOPIO Y SITIOS DE PROCEDENCIA DEL PRODUCTO PESQUERO.....	56
1.2 PROCEDIMIENTO DE CAPTURA.....	59
1.2.1 Descripción de las artes y los métodos de pesca.....	59
1.3 ESTACIONALIDAD DE LAS ESPECIES.....	65
1.4 ESPECIES CAPTURADAS Y COMERCIALIZADAS.....	67
1.5 MEDIOS DE PRODUCCION.....	69

1.5.1 Distribución de Embarcaciones con motor o sin motor para intermediarios mayoristas y minoristas según la Población.....	69
1.5.2 DISTRIBUCION DE LAS ARTES DE PESCA PARA MAYORISTAS Y MINORISTAS SEGUN LA POBLACION.....	71
2. ASPECTOS RELACIONADOS CON LA COMERCIALIZACION	73
2.1 PRODUCTO COMERCIALIZADO.....	73
3 DISTRIBUCION	91
3.1 CLASIFICACION DE LOS INTERMEDIARIOS.....	92
3.1.1 Intermediarios Mayoristas I.....	92
3.1.2 Intermediarios Mayoristas II.....	93
3.1.3 Intermediarios Minoristas I.....	93
3.1.4 Intermediarios Minoristas II.....	94
3.2 CANTIDADES COMERCIALIZADAS POR MAYORISTAS Y MINORISTAS.....	94
3.3. CANALES DE COMERCIALIZACION.....	99
3.3.1 Distribución de la captura en las diferentes ciudades.....	107
3.3.1.1 Población Pueblo Viejo.....	107

3.3.1.2 Población Isla del Rosario	109
3.3.1.3 Población Palmira	110
3.3.1.4 Población Tasajera	112
3.3.1.5 Población Bocas de Aracataca	114
3.3.1.6 Población Buena Vista	115
3.3.1.7 Población Nueva Venecia	117
3.3.2 <i>Distribución de especies por destino y/o demanda de los centros de consumo por las especies.</i>	128
3.3.2.1 Pueblo Viejo	128
3.3.2.2 Isla del Rosario	128
3.3.2.3 Palmira	129
3.3.2.4 Tasajera	130
3.3.2.5 Bocas de Aracataca	130
3.3.2.6 Buena Vista	131
3.3.2.7 Nueva Venecia	131
 4 PRECIOS DEL PRODUCTO PESQUERO EN LA C.G.S.M	 146
4.1. POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS	147
4.2 PRECIOS DE COMPRA Y VENTA DEL COMERCIALIZADOR	148
4.3 MÁRGENES DE PRECIOS	156

5 ACTIVIDADES O FUNCIONES AUXILIARES EN LA	
COMERCIALIZACION	160
5.1. INTERCAMBIO	160
5.2 . FISICAS	161
5.2.1 <i>Transporte.</i>	161
5.2.1.1 Costo por tipo de transporte.	163
5.2.2 <i>Almacenamiento.</i>	164
5.2.2.1. Costo por tipo de almacenamiento.	167
5.2.3 <i>Empaquetado.</i>	169
5.2.3.1. Costo por tipo de empaque.....	170
5.3. FUNCIONES AUXILIARES.....	173
5.4. FINANCIAMIENTO DE LA ACTIVIDAD	175
5.4.1. <i>Obtención de créditos de los intermediarios</i>	175
5.4.2. <i>Porcentaje de intermediarios mayoristas y minoristas que acreditan el producto pesquero por población.</i>	177
5.4.3. <i>Formas de pago aceptadas por los intermediarios mayoristas y minoristas (cc/co/cr)</i>	178

6 PARTE SOCIAL.....	180
6.1. DISTRIBUCION POR EDAD, SEXO Y TIPO DE COMERCIANTE	180
6.1.1. <i>Pueblo Viejo</i>	180
6.1.2 <i>Isla del Rosario</i>	183
6.1.3 <i>Palmira</i>	183
6.1.4 <i>Tasajera</i>	184
6.1.5 <i>Bocas de Aracataca</i>	187
6.1.6 <i>Buena Vista</i>	191
6.1.7 <i>Nueva Venecia</i>	191
6.2 PARTICIPACION DE LA MANO DE OBRA FAMILIAR EN EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN.....	200
6.3 PERSONAS QUE DEPENDEN DE LA ACTIVIDAD DE LOS MAYORISTAS Y MINORISTAS	201
 7 FORMA DE TRATAMIENTO E HIGIENE DEL PRODUCTO.....	203
 8. CONCLUSIONES	206

9 RECOMENDACIONES	209
--------------------------------	------------

BIBLIOGRAFIA.....	213
--------------------------	------------

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	215
---	------------

ANEXOS.....	217
--------------------	------------

LISTA DE TABLAS

TABLA 1	Distribución de embarcaciones con motor o sin motor para intermediarios mayoristas y minoristas según la población	71
TABLA 2	Distribución de las artes de pesca para mayoristas y minoristas según población	72
TABLA 3	Pueblo Viejo. Especies comercializadas	77
TABLA 4	Isla del Rosario . Especies comercializadas	79
TABLA 5	Palmira . Especies comercializadas	81
TABLA 6	Tasajera . Especies comercializadas	83
TABLA 7	Bocas de Aracataca	85
TABLA 8	Buena Vista	87
TABLA 9	Nueva Venecia	89
TABLA 10	Cantidades Comercializadas	96
TABLA 11	Destinos del producto pesquero de Pueblo viejo	118
TABLA 12	Destinos del producto pesquero Isla del Rosario	118
TABLA 13	Destinos del producto pesquero Palmira	121
TABLA 14	Destinos del producto pesquero Tasajera	121
TABLA 15	Destinos del producto pesquero de Bocas de Aracataca	124

TABLA 16	Destinos del producto pesquero Buena Vista	124
TABLA 17	Destinos del producto pesquero de Nueva Venecia	124
TABLA 18	Pueblo Viejo. Distribución de especies por destino	132
TABLA 19	Isla del Rosario. Distribución de especies por destino	134
TABLA 20	Palmira. Distribución de especies por destino	136
TABLA 21	Tasajera . Distribución de especies por destino	137
TABLA 22	Bocas de Aracataca . Distribución de especies por destino	142
TABLA 23	Buena Vista . Distribución de especies por destino	143
TABLA 24	Nueva Venecia . Distribución de especies por destino	144
TABLA 25	Precios promedios de compra y venta por especie Población Pueblo Viejo	149
TABLA 26	Precios promedios de compra y venta por especie Población Isla del Rosario	150
TABLA 27	Precios promedios de compra y venta por especie Población Palmira	151
TABLA 28	Precios promedios de compra y venta por especie Población Tasajera	152
TABLA 29	Precios promedios de compra y venta por especie Población Bocas de Aracataca	153
TABLA 30	Precios promedios de compra y venta por especie Población Buena Vista	154
TABLA 31	Precios promedios de compra y venta por especie Población Nueva Venecia	155
TABLA 32	Márgenes de precio por especie y poblaciones	159
TABLA 33	Costo de transporte por población a nivel del primer intermediario	163

TABLA 34	Costo promedio por tipo de transporte según la población	164
TABLA 35	Costo de almacenamiento por población a nivel de primer intermediario	166
TABLA 36	Costo promedio por tipo de almacenamiento según la población	168
TABLA 37	Costo de empaquetado por población a nivel de primer intermediario	169
TABLA 38	Costo promedio por tipo de empaquetado según la población	172
TABLA 39	Costo promedio totales diarios para transporte, almacenamiento y empaque por población	174
TABLA 40	Obtención de crédito por los intermediarios	175
TABLA 41	Porcentaje de intermediarios mayoristas y minoristas que acreditan el producto pesquero por población	178
TABLA 42	Formas de pago aceptadas por los intermediarios mayoristas y minoristas (cc/co/cr)	179
TABLA 43	Participación de la mano de obra familiar en el proceso de la comercialización	201
TABLA 44	Personas que dependen de la actividad por intermediarios	202

LISTA DE GRAFICAS

GRAFICA 1	Pueblo viejo . Especies Comercializadas	78
GRAFICA 2	Isla del Rosario . Especies Comercializadas	80
GRAFICA 3	Palmira . Especies Comercializadas	82
GRAFICA 4	Tasajera. Especies Comercializadas	84
GRAFICA 5	Bocas de Aracataca . Especies Comercializadas	86
GRAFICA 6	Buena Vista . Especies Comercializadas	88
GRAFICA 7	Nueva Venecia . Especies Comercializadas	90
GRAFICA 8	Cantidades Comercializadas mayoristas/minoristas	97
GRAFICA 9	Canales de Comercialización del producto pesquero Población Pueblo Viejo	100
GRAFICA 10	Canales de Comercialización del producto pesquero Población Isla del Rosario	101
GRAFICA 11	Canales de comercialización del producto pesquero Población Palmira	102
GRAFICA 12	Canales de comercialización del producto pesquero Población Tasajera	103

GRAFICA 13	Canales de Comercialización del producto pesquero Población Bocas de Aracataca	104
GRAFICA 14	Canales de Comercialización del producto pesquero Población Buena Vista	105
GRAFICA 15	Canales de comercialización del producto pesquero Población Nueva Venecia	106
GRAFICA 16	Destino del producto pesquero de Pueblo Viejo	119
GRAFICA 17	Destino del producto pesquero de Isla del Rosario	120
GRAFICA 18	Destino del producto pesquero Palmira	122
GRAFICA 19	Destino del producto pesquero Tasajera	123
GRAFICA 20	Destino del producto Bocas de Aracataca	125
GRAFICA 21	Destino del producto pesquero Buena Vista	126
GRAFICA 22	Destino del producto pesquero Nueva Venecia	127
GRAFICA 23	Obtención de crédito por los intermediarios	176
GRAFICA 24	Distribución Sexo y edad mayoristas Pueblo Viejo	181
GRAFICA 25	Distribución sexo y edad minoristas Pueblo Viejo	182
GRAFICA 26	Distribución sexo y edad mayoristas Isla del Rosario	185
GRAFICA 27	Distribución sexo y edad minoristas Isla del Rosario	186
GRAFICA 28	Distribución sexo y edad mayoristas Palmira	188
GRAFICA 29	Distribución sexo y edad minoristas Palmira	189
GRAFICA 30	Distribución sexo y edad mayoristas Tasajera	190
GRAFICA 31	Distribución sexo y edad minoristas Tasajera	193
GRAFICA 32	Distribución sexo y edad mayoristas Bocas de Aracataca	194
GRAFICA 33	Distribución sexo y edad minoristas Bocas de Aracataca	195
GRAFICA 34	Distribución sexo y edad mayoristas Buena Vista	196

GRAFICA 35	Distribución sexo y edad minoristas Buena Vista	197
GRAFICA 36	Distribución sexo y edad mayoristas Nueva Venecia	198
GRAFICA 37	Distribución sexo y edad minoristas Nueva Venecia	199

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A.	Sitios de pesca y centros de acopio del producto pesquero C.G.S.M.	218
ANEXO B.	Distribución del producto pesquero desde Pueblo Viejo	219
ANEXO C.	Distribución del producto pesquero desde Isla del Rosario	220
ANEXO D.	Distribución del producto pesquero desde Palmira	221
ANEXO E.	Distribución del producto pesquero desde Tasajera	222
ANEXO F.	Distribución del producto pesquero desde Bocas de Aracataca	223
ANEXO G.	Distribución del producto pesquero desde Buena Vista	224
ANEXO H.	Distribución del producto pesquero desde Nueva Venecia	225
ANEXO I.	Forma de tratamiento e higiene del producto	226
ANEXO J.	Forma de tratamiento e higiene del producto	227
ANEXO K.	Forma de tratamiento e higiene del producto	228
ANEXO L.	Forma de tratamiento e higiene del producto	229
ANEXO M.	Forma de tratamiento e higiene del producto	230
ANEXO N.	Forma de tratamiento e higiene del producto	231

ANEXO Ñ.	Forma de tratamiento e higiene del producto	232
ANEXO O.	Forma de tratamiento e higiene del producto	233
ANEXO P.	Forma de tratamiento e higiene del producto	234
ANEXO Q.	Forma de tratamiento e higiene del producto	235

0 METODOLOGIA

0.1 PRESENTACION

La comercialización es una combinación de actividades, por lo cual los alimentos de origen agrícolas y pecuarios, y las materias primas se preparan para el consumo y llegan al consumidor final en forma conveniente en el momento y lugar oportuno. Incluye por lo tanto, el acopio, el transporte, la selección, la limpieza, la tipificación, el almacenamiento, el empaque, la elaboración inicial, la búsqueda de abastecedores y de mercados, la financiación de los gastos que ocasionan, la conservación del producto desde que sale del productor hasta que el consumidor lo compra, la aceptación de los riesgos que entraña la conservación del producto mientras se encuentra un mercado, la adaptación del mencionado producto a los gustos del consumidor, la información a los consumidores de su existencia y calidad, la presentación en lotes de tamaño conveniente y todas las demás operaciones que implica llevar los artículos del productor al consumidor final. ⁽⁶⁾

El mercadeo de productos hidrobiológicos, siempre ha presentado una marcada desorganización en Colombia, cuando toma forma de producto terminado, al ser extraído por el pescador del medio natural y cuyas características (propias inherentes) no permiten enfocar un plan de comercialización adecuado a través de las propias reglas generales de la planificación del mercado. ⁽⁹⁾

Siendo la pesca la actividad económica más importante de la zona y principal fuente de recursos de la cual derivan su sustento diario las poblaciones internas y externas de la Ciénaga Grande de Santa Marta se requiere obtener todo el conocimiento posible para establecer un adecuado plan de manejo ambiental general.

En la Ciénaga Grande de Santa Marta la ausencia de indicadores permanentes, confiables y técnicamente estructurados, tales como la cantidad de producto que se extrae diariamente, las diferentes clases de especies, las condiciones higiénicas del producto, el destino y clase de mercado, han limitado el estudio de la actividad pesquera, que permita conocer la evolución o no de la producción pesquera en sus distintos niveles de agregación y naturaleza específica.

A través del censo en la zona de estudio conoceremos: como se da la distribución de captura, el volumen, los costos y beneficios, la tenencia de los medios de producción, la participación por sexo y edad en la actividad de comercialización, los métodos de conservación e higiene, los canales de comercialización y estructura.

0.2 JUSTIFICACION

0.2.1 Justificación Académica.

La realización de la presente investigación se constituyó en un requisito parcial para la culminación de nuestras carreras de economía agrícola e ingeniería pesquera. Éste trabajo es una aplicación en gran parte del aprendizaje teórico empírico obtenido durante el trayecto de la formación profesional.

Es así que como Economistas Agrícolas e Ingenieros Pesqueros, estamos interesados en desarrollar éste proyecto para poner en práctica todos nuestros conocimientos que manejamos a través del desarrollo de nuestra profesión.

0.2.2 Justificación General.

Debido a la ausencia de un estudio reciente sobre la comercialización del producto pesquero en la Ciénaga Grande de Santa Marta y la petición por parte del proyecto de Cooperación Técnica Colombo-Alemana, "Pro-Ciénaga", que se encuentra actualmente dirigido por CORPAMAG, CORPES C.A., INVEMAR y la GTZ, para que se desarrolle ésta investigación que será un aporte e ingrediente importante para la aplicación del Plan de Manejo Ambiental (PMA) que se aplicará en la Ciénaga, Para con ello poder diagnosticar y analizar todos los procesos que intervengan en la comercialización del producto pesquero y poder dar

recomendaciones o soluciones acerca del objeto de investigación para que repercuta en el progreso de ésta actividad y en un mejor bienestar de las personas que intervengan en ésta.

Por ser la pesca un recurso perecedero, requiere de una comercialización dinámica y ajustable a las condiciones cambiantes, sin embargo, hasta ahora, la comercialización no ha sido suficientemente analizada o estudiada como parámetro necesario para equilibrar la producción, el mercado y el consumo, siendo éste uno de lo más grandes problemas de las pesquerías en Colombia.

Con la realización de ésta investigación se tendrán bases sólidas para ver si es viable o no la construcción de un centro de acopio para productos pesqueros en la zona de estudio; para determinar las técnicas y normas que puedan garantizar una buena calidad del producto, las condiciones óptimas de higiene y considerar el eliminar y/o reducir la cadena de intermediarios y trasladar estas ganancias hacia el productor (pescador) para mejorar sus condiciones de vida y aliviar un poco la crisis económica y social por la cual están atravesando los habitantes de la zona por el deterioro de la Ciénaga Grande de Santa Marta.

Este estudio contribuye entre otros: a determinar el grado de influencia que la calidad (Manipuleo, Transporte, Almacenamiento, Estados de Conservación y Presentación) y el precio del pescado tiene sobre su consumo en las poblaciones internas y externas de la Ciénaga Grande de Santa Marta.



0.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La falta de una planificación adecuada y la fluctuación continua de los precios, a la que se ve sometida el producto pesquero en el mercado final, donde alcanza precios excesivamente altos, ha alejado el producto del poder de compra de las clases socio-económicas de bajos ingresos, llevándolo a ser un bien elitista. Esto se determina a través de los análisis donde el 46% de la población total colombiana presumiblemente consumen pescado de aguas continentales. El 54% no tienen acceso al consumo de las especies más populares del pescado y cuyos precios generalmente están por de bajo de las especies marinas.

Se debe tener en cuenta que el pescado es un producto altamente perecedero y que para exista una oferta adecuada no basta producir, sino que es necesario que el producto cumpla con su fin de bien de consumo, el cual depende de los diferentes aspectos del mercadeo, tales como movilización, distribución y conservación del producto, en éste último se muestra que el 95% de la producción en Colombia es manejada en estado fresco-enhielado lo que nos permite determinar que las condiciones de mercadeo del producto pesquero destinado al consumo interno en las áreas pesqueras, se hace en pésimas condiciones de procesamiento, dado que el producto se somete a largos desplazamientos desde los sitios de captura hasta los centros de consumo o acopio en condiciones inapropiadas, de manipuleo y conservación, así se observa que el camión con hielo es el medio de transporte más utilizado, lo cual no garantiza que el pescado llegue en buen estado a su destino final.

El consumo aparente de pescado en Colombia es bajo, en efecto se estima que durante el período de 1970-76 el consumo per-cápita aparente fue de 4.3. Kg/año en promedio. Durante éste período el consumo creció a una tasa del 2% anual.

Según la encuesta realizada por Minagricultura-OPSA en 1975 se destacan como razones para no consumir más pescado, el precio de alto (41.5%), poca preferencia por el producto (16.6%), la no venta cerca del hogar (13.2%) y la desconfianza por el estado de conservación.

La comercialización del pescado tiene múltiples problemas. Los más importantes son las altas pérdidas físicas, las excesivas fluctuaciones de precios y el deficiente equilibrio inter-espacial de los mismos. La causa fundamental de estos problemas es la insuficiente infraestructura para el manejo de éste producto acompañada de deficientes condiciones económicas para la formulación de precios.

No hay una exportación de pescado de agua dulce en Colombia, las razones para esto son obvias. En el actual estado de desarrollo ésta clase de pesca no podría sostener una industria exportadora, debido a los problemas causados por las actividades pesqueras ampliamente dispersas. La naturaleza temporal y demasiado impredecible de la pesca, la baja tasa de captura individual, la falta de organización de los pescadores, etc. Por otra parte está muy claro que la pesca en aguas continentales, aún en combinación con la pesca marítima han sido y aún

son incapaces de satisfacer la demanda actual del mercado doméstico, por lo tanto no toca el mercado potencial.

Se observa una regionalización del consumo dentro del país, ya que las ciudades cercanas a los centros de producción son las mayores consumidoras de pescado. Esto se debe básicamente a que en estas ciudades existe una costumbre de consumir el producto, creada por la facilidad de obtenerlo en buen estado y a precios relativamente bajos. Éste fenómeno es generalizado para los distintos países del mundo que no tiene una cadena de frío adecuada.

A diferencia de las amplias posibilidades de comercialización de los productos pesqueros en el mercado internacional, y a la completa información ofrecida por la FAO, la comercialización interna ha representado históricamente uno de los cuellos de botella del sector.

Este problema de la comercialización interna se ha encontrado íntimamente ligado a la estructura productiva del sector pesquero en Colombia, es decir, a la actividad pesquera artesanal.

En efecto, se observa muy poco desarrollada en Colombia la tecnología del pescado, que se refiere básicamente al tratamiento que se debe dar al pescado, desde la selectividad del proceso de captura con respecto a la especie, tamaño y edad, el evitar el deterioro durante la captura, hasta la manipulación en las diferentes fases de almacenamiento, transporte y distribución final. Igualmente, no se ha tomado conciencia por parte de

pescadores y consumidores, que el pescado congelado es más sano que el fresco en "descomposición".

Con base en el informe final del programa Propesca, la problemática de la comercialización interna de productos pesqueros puede sintetizarse en los siguientes aspectos: La oferta es demasiado inestable; existe un excesivo número de intermediarios en la comercialización; no hay estadísticas confiables sobre capturas, y ventas por producto; hay un déficit de infraestructura física de apoyo que permita el manipuleo adecuado desde la zona de producción, centros de acopio, almacenamiento, transporte y venta final.

Todo el producto proveniente de la pesca continental se comercializa en el país ya sea fresco, congelado o seco-salado. Este proceso se realiza sin técnicas adecuadas dando como resultado un producto de mala calidad.

El bajo consumo per-cápita de 4 Kgs de productos hidrobiológicos, atribuido en gran parte a la falta de costumbre del pueblo colombiano en consumirlo, también se debe al alto precio, comparado con el de la carne roja y los bajos ingresos de la población.

La presencia de un gran número de comerciantes intermediarios locales directos, con las características indican el carácter informal y micro del proceso de comercialización. Ésta situación hace que cada comerciante intermediario afecte en proporciones muy bajas la producción como

resultado de la relación existente entre el proceso de comercialización y el alto grado de perecibilidad del producto.

Ante la carencia de medios adecuados de conservación, transporte y manejo del pescado y dado el alto grado de perecibilidad del mismo, el proceso de comercialización existente está condicionado por la agilidad con la cual el producto llega al consumidor. Dentro de ésta perspectiva son los comerciantes intermediarios directos quienes operan eficientemente dado su número, los pequeños volúmenes que mueven y la rapidez que imponen en la movilización con lo cual aseguran que el producto llegue fresco a los mercados y a los consumidores asumiendo de ésta manera todos los riesgos de la comercialización.

No existe por lo tanto un sector empresarial organizado que acopie, conserve, transporte y venda; por el contrario, predomina el microcomerciante informal sin ninguna capacidad de manipular a su favor el proceso de transporte o el proceso de comercialización de modo significativo.

La problemática central [en la Ciénaga Grande de Santa Marta] la genera la inestabilidad de precios, falta de publicidad para promocionar el consumo masivo de pescado y mariscos, higiene, calidad y posible contaminación de los pescados y mariscos, muchos intermediarios que encarecen el producto, falta de capital, falta organización de pescadores y comercializadores primarios que asegure la redistribución de los beneficios de la comercialización hacia la comunidad pesquera. El

mercado presenta una amenaza por falta de identidad de criterios sobre el futuro de la Ciénaga, el 47% de los comercializadores por opinión propia y de pescadores opinan que la Ciénaga no tiene futuro, porque se esta acabando y no hay capital que promocióne su explotación, el 53% opina que si tiene futuro debido a que el pescado no escasea y es bien remunerado. Situación que amerita una investigación puntual de opinión. En general el mercado presenta comparativamente una desventaja en sus precios ya que estos tienden a subir y los precios del pollo y la carne se han estabilizado por la apertura económica.

Los principales problemas se presentan entre los pescadores que usan atarraya y los que usan boliche, tanto por el reducido ojo de malla como por la ocupación o invasión de zonas de pesca tradicionalmente explotadas por los atarrayeros. También hay conflictos entre los terratenientes por el taponamiento de caños y ríos que impide el acceso del agua dulce, por la concentración de redes y embarcaciones en pocas manos, lo cual indica en el escaso margen de ganancias en la comercialización del producto pesquero al grueso de los pescadores.

¿Cuales son las razones por las cuales no existen en la zona un centro de acopio que conserve, transporte y venda el producto de una forma adecuada?

¿Porqué el precio del producto pesquero es excesivamente alto?

¿Por qué el pescado tiene mala presentación?

¿Cuál ha sido la problemática de la comercialización del producto pesquero?

¿Porqué el consumo de pescado es bajo?

¿Cuáles son los mayores centros de consumo de éste producto?

0.4 ESTADO DE DESARROLLO O ANTECEDENTES

“La FAO estableció hace ya algunos años, un sistema de información comercial pesquera, llamado INFOPESCA, que suministra servicios de información y asesorías sobre comercialización pesquera en zonas de desarrollo y asiste a la industria pesquera e instituciones gubernamentales”.⁽¹⁾

“Este sistema de información, cubre las principales zonas de países en desarrollo, a saber: América Latina (INFOPESCA), Asia (INFOFISH), Africa (INFOPECHE) y Oriente Medio (INFOSAMAK). En cada una de estas zonas se distribuye, quincenalmente y por suscripción anual, la revista bajo el mismo nombre que contiene información general sobre noticias comerciales. Por la misma suscripción, se recibe un informe trimestral con base en un banco de datos llamados GLOBEFISH sobre diferentes grupos de productos pesqueros”.⁽¹⁾

“Por otra parte INFOPESCA publica una revista bimensual en inglés INFOFISH Marketing Digest, que contiene artículos escritos por expertos

sobre análisis de mercado, nuevos productos, elaboración, envases, equipo, transporte, acuicultura y otros aspectos como perfiles de países productores y principales compañías pesqueras. Adicionalmente a ésta información de boletines comerciales y análisis de mercados, INFOPESCA ofrece los siguientes servicios: Establece contacto entre exportadores e importadores, ofrece información de mercado, precios, estadísticas, inventarios, oferta, demanda, etc., ofrece asistencia técnica sobre captura, procesamiento, nuevos productos, manufacturas, empaque y equipo, provee promoción internacional por telex, cartas, y anuncia a los usuarios, envían nombres de importadores, exportadores, asociados y agentes, brinda un servicio de telex FISHLINE y computarizado GLOBELFISH".⁽¹⁾

"La pesca en Colombia se divide en: Pesca Marítima y Pesca Continental, cada una cuenta con más o menos la mitad de la producción de la pesca total. Mientras que la pesca marítima está orientada hacia la exportación, especialmente hacia la industria del camarón, la pesca continental sirve solamente al mercado interno".⁽⁷⁾

"En Colombia no existe una entidad gubernamental específica encargada de la responsabilidad del desarrollo del mercadeo pesquero. IDEMA, entidad patrocinada por el gobierno y que intenta contrarrestar la especulación de los intermediarios en los productos agrícolas, ha llevado a cabo mercadeo práctico de pescado por lo menos durante las estaciones de producción máxima y durante la Semana Santa. En 1973, sin embargo, se creó una nueva organización, EMCOPER, la cual

estableciendo una red de frigoríficos a los largo de todo el país, intenta estimular el mercado del pescado y de otros productos alimenticios perecederos. Sin embargo, hasta el momento la mayor parte de la producción de pescado, cerca del 98-99%, ésta siendo negociada por la empresa privada".⁽⁷⁾

"En Colombia no existe un eficiente sistema para comercializar los productos pesqueros, especialmente los correspondientes a la pesca artesanal, y por ésta razón no han prosperado las asociaciones de pescadores, ni se ha incrementado el consumo PER-CAPITA; ni se ha logrado colocar el pescado a precios razonables para el consumo nacional. Las cadenas de intermediarios encarecen notablemente el producto al tiempo que desestimulan la actividad pesquera, retrasándose cada vez más el desarrollo del subsector".⁽⁸⁾

"La comercialización del pescado se caracteriza por carecer de canales e instalaciones adecuadas para el acopio, transporte, elaboración, conservación y distribución, produciendo distorsión en los precios y muy baja calidad".⁽⁸⁾

"Los minoristas son los que venden los mayores volúmenes al consumidor. Un alto porcentaje de aquellos no cuentan con los equipos para la conservación y manipulación del pescado, principalmente los minoristas de la plaza de mercado".⁽⁸⁾

"La comercialización de productos pesqueros conlleva a riesgos apreciables, cuya reducción es indispensable para lograr que un mayor número de personas puedan consumirlo. Es necesario una infraestructura adecuada con el fin de dar mayor auge y cobertura a la comercialización. En éste sentido surge la necesidad de definir y establecer claramente los respectivos canales para que así surjan mayores posibilidades de consumo".⁽⁵⁾

"En las costas colombianas son muchas las especies de pescado que se capturan y son llevados al mercado, indudablemente que no todas se comercializan con la misma capacidad de demanda, teniendo en cuenta ciertos factores que inciden como son: precio del producto, cantidad que se ofrece, frecuencia con que se pescan ciertas especies".⁽⁵⁾

"Los productos de la pesca artesanal son acopiados de diferentes maneras y generalmente son vendidos a los "introdutores" y a los mayoristas de los centros de acopio. En la pesca marítima una parte de la captura es vendida a plantas de elaboración. Los introductores o sus comisionistas son comerciantes que poseen una o dos embarcaciones y navegan recolectando y comprando directamente el producto al pescador. Puesto que los pescadores no tienen facilidades de conservación de los productos y sus medios de transporte son a pequeña escala y de reducida autonomía, éste mayorista tiene un fuerte poder monopsónico a nivel local. Muchas veces la transacción no se efectúa únicamente en dinero, sino que hay trueque de pescado por víveres, ropa, gasolina o aparejos o implementos de pesca. El mayorista de los centros de acopio es un

comerciante ubicado en los centros estratégicos de producción y desembarque, y tiene algunas facilidades de almacenamiento. Estos mayoristas compran y manejan el pescado para venderlo luego a otros mayoristas locales".⁽³⁾

"El número, la ubicación y la distancia de los productores a los ejes viales son factores que inciden en los procesos de intermediación y en el tipo de compradores de pescado presentes en el área. Lo más usual es la venta de la producción en la misma playa en donde se realiza la faena de pesca.

Esto es posible por el carácter mismo de la pesca artesanal de tipo costero y por la existencia de la carretera que corre paralela a la costa y que une los núcleos pesqueros y los centros de consumo. Las transacciones de compra-venta en la playa son las más frecuentes en los núcleos pesqueros del área de Tasajera, donde la carretera Santa Marta-Barranquilla conecta todos los núcleos pesqueros. Ésta situación no se da en los núcleos asociados a Taganga donde los pescadores por lo general, se ubican en bahías y playas aisladas accesibles únicamente por mar. La producción se transporta a centros de acopio y allí concurren habitualmente los compradores".⁽²⁾

"Las diferencias anotadas determinan en buena parte el tipo de compradores. La mayor distancia de los sitios de producción a la red de transporte y a los centros de consumo hace indispensable la presencia de un comprador acopiador con recursos suficientes para transportar en el menor tiempo posible la producción, debido a la carencia de una

infraestructura adecuada de conservación. El intermediario directo es poco usual en la zona debido a que comercializa a bajos volúmenes.

El anterior es el caso de los núcleos pesqueros ubicados en las playas del Parque Nacional Tayrona. Ésta situación es inexistente en los núcleos asociados al área de Tasajera y en aquellas ubicadas cerca a Santa Marta adonde concurren compradores-acopiadores e intermediarios directos que en número son la gran mayoría. Algo similar ocurre con la producción que circula por Taganga provenientes de núcleos pesqueros cercanos a ésta localidad".⁽²⁾

"En el área del proyecto operan tres tipos de intermediarios o agentes comercializadores de pescado : de subsistencia, pequeño comerciante local, y el intermediario mayorista, los dos primeros se asocian al denominado sector informal de la economía, donde las posibilidades de acumulación de excedentes son bajas.

El sector informal cumple un papel importante en la colocación y venta de pescado a nivel local, ya que existe una estrecha relación entre éste tipo de unidades comercializadoras y pescadores. En el caso de las unidades más simples, usualmente el producto se recibe en consignación y se paga al final del día luego de realizada la venta, bien en pequeños puestos o en la modalidad de venta puerta a puerta. Los volúmenes manejados no sobrepasan de 50 Kg. y el valor de las transacciones no es mayor de \$15.000 ; éste tipo de unidades no disponen de infraestructura comercial, ni de conservación y son fundamentales para el consumo popular de

productos pesqueros en la región y especialmente en los centros de consumo".⁽²⁾

"Por su parte el pequeño intermediario local maneja mayores volúmenes, usualmente los comercializan a nivel local ; éste se caracteriza por contar con una incipiente infraestructura de acopio y con sitio fijo de operaciones por lo general en el sitio de residencia ; al lado de la comercialización de pescado adelanta la venta de otro tipo de bienes, se puede definir como un típico tendero, que en ocasiones sirve a la vez como agente comprador de comerciantes mayoristas. Sus transacciones son diarias aunque en ocasiones, en época de abundancia puede tener operaciones que duren de dos a tres días, transacciones que alcanzan a los \$100.000 ".⁽²⁾

"El intermediario mayorista. Éste tipo de agente es clave en las colocaciones de productos pesqueros a nivel regional, inter-regional y en mercados externos. Cuenta con una capacidad de acopio entre dos y siete toneladas. Establece contactos directos a través de terceros con los productores, a fin de garantizar el mantener ciertos volúmenes a comercializar , mantiene márgenes y precios de manera más estable".⁽²⁾

"En la zona de estudio operan aproximadamente 80 comercializadores permanentes de los cuales se obtuvo la información presentada anteriormente, ubicados 31 en Tasajera (13 minoristas y 18 mayoristas) y 600 ocasionales que por su forma de operar no se entrevistaron para no distorsionar ésta investigación preliminar por fallas en el manejo de la información. Palmira 23 (19 minoristas y 4 mayoristas), Islas del Rosario

16 (11 minoristas y 5 mayoristas), Nueva Venecia 10 (2 minoristas y 8 mayoristas); en general el 44% son mayoristas y el 56% son minoristas”⁽¹¹⁾.

“La extracción y comercialización total de pescados y mariscos de la Ciénaga Grande de Santa Marta se hace por Tasajera el 60%, Nueva Venecia 10%, Buena Vista 10%, Bocas de Aracataca 8%, Palmira 6%, Isla del Rosario 4% y Pueblo Viejo 2%”. ⁽¹¹⁾

“La clasificación para comercialización se hace el 59% tamaños por manos, el 30% por peso, y el 11% mixto, peso y tamaño por mano. El mercado destino de los pescados y mariscos es Barranquilla 43%, Ciénaga 17%, Santa Marta 9%, Tasajera 8%, Bucaramanga 4%, Bogotá 3%, Cartagena 3% y otros 5%. La composición del destino final es intermediarios 42%, restaurantes 19%, mercado público 19%, supermercados 7%, amas de casa 5%, zoocriaderos 3%, otros 5%”. ⁽¹¹⁾

“El 43% del transporte se hace por bus interdepartamental, el 16% no utiliza transporte, el 20% intermunicipal, el 11% canoas hasta el kilómetro 13 vía Ciénaga-Barranquilla, 7% camiones, 3% avión a Bogotá, en general el 64% de la movilización se hace por servicio público con incomodidades y en condiciones inadecuadas para asegurar buena calidad e higiene de los pescados y mariscos”. ⁽¹¹⁾

0.5 OBJETIVOS

0.5.1 *Objetivo General.*

Determinar y analizar el proceso de comercialización del producto pesquero en la Ciénaga Grande de Santa Marta.

0.5.2 *Objetivos Específicos.*

- Analizar la distribución del producto pesquero en la Ciénaga Grande de Santa Marta.
- Establecer el grado de participación (relaciones sociales de producción) en la actividad pesquera por sexo y edad.
- Especificar las condiciones de conservación e higiene del producto.
- Establecer la clase de mercados que tiene el producto.
- Analizar los factores que limitan el desarrollo del proceso de comercialización del producto.

- Analizar la infraestructura de servicio y apoyo a la pesquería en la Ciénaga Grande de Santa Marta.
- Identificar los destinos de los productos pesqueros de la zona.
- Analizar la oferta y demanda del producto pesquero a nivel de comerciantes en la Ciénaga Grande de Santa Marta.
- Especificar los principales factores que condicionan ésta oferta y demanda.
- Analizar las políticas de fijación de precios y su repercusión en la demanda y oferta.
- Establecer los márgenes de utilidad de los agentes que participan en el proceso de comercialización.

0.6 FORMULACION DE HIPOTESIS

0.6.1 Hipótesis Central.

El proceso de comercialización del producto pesquero ésta arrojando más ganancias que el proceso de captura, debido a que el intermediario es quien rige los patrones de precios, la forma de compra y pago; y el

pescador obtiene cada día menos ingresos por la escasez de producto debido al deterioro de la Ciénaga Grande de Santa Marta..

0.6.2 Hipótesis de Trabajo.

- Si logramos establecer la cantidad de producto que se comercializa, las especies, estados y/o calidad, los destinos, mercado final, precios y clases de consumidores del producto pesquero extraído de la Ciénaga Grande de Santa Marta, se puede estudiar si es viable o no la construcción de un centro de acopio en la zona, con las condiciones mínimas necesarias para mejorar el proceso de comercialización. ✓
- Analizando los canales de distribución del producto se puede llegar a establecer y/o ajustar los precios para que sean más adsequibles para el consumidor final y así con esto promover y aumentar el consumo nacional. ✓
- Detectando las condiciones higiénicas, formas de conservación y en general toda la infraestructura de servicio y apoyo necesario en el proceso de comercialización, se pueden dar sugerencias para mejorarlas si están siendo mal utilizadas o implementadas de acuerdo a las normas legales, para que el producto presente buenas condiciones y óptima calidad al llegar al consumidor final. ✓

0.7 DISEÑO METODOLOGICO

El presente estudio es de tipo sincrónico, de naturaleza cuantitativa-cualitativa mediante un análisis descriptivo-analítico de la situación encontrada con respecto al proceso de comercialización del producto pesquero en la Ciénaga Grande de Santa Marta, dando prioridad a las estipulaciones concernientes en los objetivos trazados.

0.7.1 Selección y Medición de las Variables de Análisis.

En el presente estudio de acuerdo a su naturaleza y teniendo en cuenta sus objetivos, se determinaran una serie de variables que de una u otra forma tienen relevancia dentro de la investigación tales variables son:

0.7.1.1 Variables Independientes.

Volúmen comercializado, captura, distribución, conservación y relaciones sociales.

0.7.1.2 Variables Dependientes.

Ganancias y/o perdidas, abundancia y/o escasez, canales de comercialización, calidad e higiene y mano de obra.

0.7.1.3 Diagrama de Variables.

PRINCIPAL	SECUNDARIO	INDICADORES
Volúmen Comercializado	Ganancias y/o pérdidas	Precios Costos
Captura	Abundancia y/o	Estacionalidad
	Escasez	Deterioro
Distribución	Canales de Comercialización	Centros de Consumos
	Mercados Finales	
Conservación	Calidad e Higiene	Manipuleo
		Tratamiento
		Transporte
		Empaque
Relaciones	Mano de Obra	Sexo
Sociales		Edad

0.7.2 Determinación del Universo Geográfico y Temporal.

Este estudio fue desarrollado en el período comprendido entre la primera semana del mes de agosto de 1994 y la última semana del mes de agosto de 1995, en todas las poblaciones externas e internas de la Ciénaga Grande de Santa Marta como son: Tasajera, Palmira, Pueblo Viejo, Isla del Rosario, Buena Vista, Nueva Venecia y Bocas de Aracataca.

La Ciénaga Grande de Santa Marta, ubicada en el Nor-Este del Departamento del Magdalena como formación geológica por disposición

del delta del río Magdalena (Weidema, 1953). Comprende una extensión aproximada a los 450 Km², con una longitud mayor Norte-Sur de 25 Km y una anchura máxima Este-Oeste de 20 Km, construyendo la laguna costera más grande del país, se localiza entre los paralelos 10°43' y 11°00' Norte y los meridianos 74° 35' Oeste, su profundidad media fue estimada en 1.5 metros por Blanco 1973.

Por el occidente la Ciénaga Grande de Santa Marta limita con un complejo lagunar y de canales denominado "Pajalar", y con el Río Magdalena que en épocas de crecientes vierte parte de sus aguas hacia el complejo lagunar que se continúan hasta la Ciénaga.

El macroclima de la región determina en gran medida las condiciones físico-químicas de la Ciénaga Grande de Santa Marta, manteniendo el entorno muy cálido, poseyendo una vegetación tipo bosque seco-tropical, con precipitaciones medias anuales dentro del rango de 500 a 1000 m.m, la temperatura media anual es de 30°C; la transparencia en general es inferior al 50% de la columna de agua; la salinidad promedio es del 19%, con oscilaciones entre aguas completamente dulce 0% y aguas completamente de mar.

Según la época climática, los niveles de oxígeno disuelto (Do), cerca de la Boca de la Barra están influidos por el flujo y reflujo mareal, de otra parte los niveles de productividad primaria son comparativamente altos con relación a otros sistemas con un promedio de 4.26 gramos células por

metros cuadrados por días, la concentración de nutrientes baja debido quizás a la rápida utilización por parte de los organismos del medio.

0.7.3 Formas de Observar la Población.

Con base en un informe técnico hecho por Hernando Sierra Insignares, asesor nacional de la GTZ (Pro-Ciénaga), elaborado en los primeros meses del año 1994 se determinaron 80 comercializadores permanentes y 600 ocasionales en la zona de estudio entre mayoristas y minoristas.

En ésta investigación se realizó un censo (a comerciantes y/o intermediarios) en todas y cada una de las poblaciones a los intermediarios se le aplicó la encuesta en una forma metódica y planificada en todas las poblaciones de la zona en estudio (Tasajera, Pueblo Viejo, Isla del Rosario, Palmira, Bocas de Aracataca, Nueva Venecia y Buena Vista).

En la época que se realizó el censo (julio a septiembre de 1994) se encontró un total de 436 intermediarios, número inferior al que antes se había pronosticado por Hernando Sierra, debido tal vez a que muchos intermediarios han dejado la actividad por la escasez del producto, falta de capital o simplemente han emigrado de la zona buscando mejores condiciones de vida.

0.7.4 Técnicas e Instrumentos para la recolección de la información.

Fuentes Primarias: Se utilizó principalmente la encuesta y la observación directa. La encuesta se aplicó (a través de un censo) a intermediarios mayoristas y minorista; el contenido del formulario trató de establecer:

- Lugares de procedencia del producto comercializado.
- Volúmenes de compra por especie, estableciendo la frecuencia de compra.
- Precio de compra por kilo y por especie.
- Funciones o servicios de la comercialización, especialmente las funciones físicas de transporte (tipo, tenencia y costo), almacenamiento (tipo, tiempo y costo), empaque (tipo y costo); las funciones de transformación (seco-salado) y de clasificación, estado higiénico, manipuleo y trato del producto se determinaran a través de la observación directa.
- Mano de obra utilizada.
- La propiedad o tenencia de los instrumentos de trabajo debido a que influyen en la fijación del precio del producto por parte del intermediario.

- Cantidad (kilos) de producto (por especie) su frecuencia y precio de venta.
- Destino (lugares y compradores) para determinar canales de comercialización.
- Financiación del negocio.
- Capital invertido.
- Forma de pago.
- Estado y forma del producto para la venta (observación directa).
- Infraestructura de apoyo (energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, aseo público).

Fuentes Secundarias: Se acudió a la bibliografía existente en las diferentes entidades (Universidad del Magdalena, INVEMAR, Pro-Ciénaga, INDERENA, INPA, COLCIENCIAS, Cámara de Comercio Santa Marta y Barranquilla, etc.), vinculadas al estudio de la comercialización de productos pesqueros para poder redondear un informe completo y acertado.

0.7.4.1 Recolección de la Información.

Se realizó un censo (a comerciantes) en todas y cada una de las poblaciones en estudio, además, se hicieron entrevista con personajes que conocen sobre el tema. También se ubicaron las diferentes fuentes bibliograficas al respecto del tema.

0.7.4.2 Técnicas o Procedimientos de Análisis.

La información recolectada fue sometida a un cuidadoso proceso de revisión, crítica y codificación con el fin de lograr el máximo grado de depuración y eliminación de inconsistencias. Los datos obtenidos fueron organizados de tal manera para que pudieran ser sistematizados mediante estructuras de DBASE III PLUS, para la elaboración de tablas se utilizó LOTUS 123, mientras las gráficas se construyeron con el paquete gráfico Harvard Gráficos.

0.8 LIMITACIONES

El inconveniente más importante que se tuvo durante el desarrollo de ésta investigación fue la consecución del material bibliográfico que describa estadísticamente previos resultados acerca de la Comercialización del Producto Pesquero en la Ciénaga Grande de Santa Marta.

Otra dificultad fue la desconfianza que existía por parte de algunos comerciantes a dar ciertas informaciones, quizás por temor a que se

tratará de estudios competitivos, o adelantados por funcionarios pertenecientes a institutos oficiales que vendrían a lesionar sus intereses o a la implementación de impuestos o sanciones a la actividad.

1. ASPECTOS DE LA PRODUCCION

1.1 CENTROS DE ACOPIO Y SITIOS DE PROCEDENCIA DEL PRODUCTO PESQUERO

Aún en nuestro medio los pescadores siguen aferrados a sus costumbres y métodos que en algunas regiones ya se pueden considerar obsoletas. Sin embargo, con todo y esto, los sistemas y métodos que aún operan en estas regiones se pueden considerar en mayor o menor grado como funciones para el normal desenvolvimiento de esta actividad. Así encontramos como el desembarque del pescado se hace directamente de las canoas, botes o chalupas utilizadas o bateas, tanques plásticos, canastas plásticas, cajas de hiecopor, sacos plásticos, etc., con el fin de darle una distribución. La mayoría de las veces, inmediata hasta el consumidor final; en otras partes hacia sitios donde se conserva en frío con el fin de distribuirlos posteriormente.

Estas operaciones determinan, como es natural, cierto deterioro y maltrato en el producto, lo que viene a reducir su vida apta para el consumo, dadas además las condiciones inadecuadas de manipulación y conservación a

que es sometido el pescado por los pescadores y hasta por los propios intermediarios.

Por lo general una gran parte de pescado que se da en los centro de acopio a los intermediarios, la mayoría de las veces se da en malas condiciones de higiene y sanidad, otra cantidad se somete a la aplicación de "frío" por medio del enhielado con casi ninguna tecnología, lo que trae como consecuencia una preservación inadecuada del pescado, que a la larga se traduce en detrimento de su calidad y bajo poder alimenticio.

Los pescadores que operan en las distintas zonas de producción de esta región, carecen de instrumentos adecuados y desconocen ciertas normas, producto de los avances de la tecnología pesquera por lo cual se sigue dando en nuestro medio esta situación que en nada favorece a la industria del pescado.

La mayoría de los núcleos pesqueros ubicados en la Ciénaga Grande de Santa Marta realizan sus faenas de pesca en sitios muy cercanos a su lugar de residencia permanente, una porción menor se desplaza por toda la Ciénaga Grande de Santa Marta y al terminar la faena diaria regresan a su sitio habitual de vivienda. Estos desplazamientos se explican por el carácter estacional, la escasez y variabilidad del recurso que hace que muchos pescadores al no disponer de medios adecuados de pesca, se movilicen constantemente en la búsqueda de mejores condiciones de captura sin trascender las limitaciones propias de la pesca artesanal.

A continuación se señalan los principales centros de acopio, o sea los centros en los cuales se concentra el producto de la pesca (Véase Anexo A) (Mapa de la C.G.S.M), con los respectivos sitios pesqueros o zonas de faenas de los cuales procede el producto acopiado:

CENTRO DE ACOPIO	PROCEDENCIA (Sitios de Pesca)
Pueblo Viejo	Boca de la Barra, El Boquerón, Boca de Río Frio, López.
Isla del Rosario	Boca de la Barra, El Boquerón, Boca Río Frio, López, Rincón Guapo
Palmira	Barra Vieja, Majagualito, Haguey Mahoma.
Tasajera	Se movilizan en toda la zona de la Ciénaga Grande de Santa Marta.
Bocas de Aracataca	Bocas de Aracataca, Rincón Guapo, Mengajo, Río Ají, Palenque, Punta Blanca, Congo.
Buena Vista	Caño Grande, La Punta del Caño, Veranillo, La Bodega, Los Muertos.
Nueva Venecia	Ciénaga de Pajara, Palo Blanco, Las Mujeres, Las Garzas.

En general, el producto de la pesca proveniente de los sitios pesqueros tienen su centro de acopio en sus respectivas poblaciones, específicamente en las poblaciones de Pueblo Viejo, Isla del Rosario, Palmira, Tasajera, Bocas de Aracataca, Buena Vista y Nueva Venecia.

1.2 PROCEDIMIENTO DE CAPTURA

Las artes y métodos de pesca más utilizadas por los pescadores de las poblaciones de la Ciénaga Grande de Santa Marta son los siguientes:

Los pescadores de la población de Pueblo Viejo, Isla del Rosario y Palmira se utilizan con mayor frecuencia: la atarraya, redes estacionarias, redes camaroneras y buceo.

Los pescadores de Tasajera aplican además de las anteriores: corrales de pesca y el boliche.

Los de Boca de Aracataca y Buena Vista aplican los corrales y/o cuadrillas de atarraya, redes estacionarias y palangres.

Los de Nueva Venecia además de las anteriores aplican el zangarreo en los manglares.

1.2.1 Descripción de las artes y los métodos de pesca.

Trasmayo: Se describe como una red triple, es decir, de tres "MANTAS", de las cuales la que va en el medio es de ojo de malla pequeño y las laterales son de ojo de malla más grande. El trasmayo tiene de 100 a 400 mts. de dimensión y los pescadores suelen llamarla "mantas", ya que se asemejan a unas sábanas cuando son abiertas y colocadas para pescar.

Esta combinación de redes captura peces que se enredan embolsándolos entre las mantas.

Son redes estacionarias en cuya parte inferior está provista de plomo, ladrillos y otro peso. Que le sirva para fijarse y abrirse dentro del agua, en la parte superior lleva boyas o flotadores de material plástico, artificial como bolas, ruedas, etc. Esta red atrapa principalmente Róbalo, Mojarra, y Lebranche de acuerdo a las dimensiones de las mantas. Con éste método; los pescadores lo colocan por la noche y lo recogen por la madrugada, haciendo revisión de éste cada dos horas. La palanca utilizada para remover el bote mide 4 a 6 mts. por 6 cm. aproximadamente de ancho, en la parte inferior lleva una horqueta en forma de "Y", empotrada y fijada con alambre, algunos son livianos y otros pesados; para manejarlos se requiere mucha fuerza y habilidad.

El trasmallo por ser un arte destructivo, ha sido vedado por el INDERENA. Sin embargo los pescadores lo impulsan con la intención de aumentar su producción y así poder satisfacer la demanda sin importar el ^{ya que los} desastre ecológico que causa.

Bolichéo: Con un trasmayo de 200 m. ó mas se encierra un área de la ciénaga, dentro de éste círculo entra la canoa con el motor fuera de borda a una velocidad relativamente alta y se empieza a golpear la superficie de agua con porras y palos. La práctica diaria de éste método, por un grupo de pescadores de la región de Tasajera especialmente puede, según los pescadores de Bocas de Aracataca.

(Atarrayeros y corraleros al sur) estar terminando con la pesca en la C.G.S.M.

El análisis preliminar de éste método (Gallo 1988), plantea que es efectivo, que requiere un menor esfuerzo y al parecer tiene menor incidencia en el recurso ya que se capturan las especies de mayor tamaño. Sin embargo, se ignoran las consecuencias de una actividad tan intensa en el resto de organismos, del ecosistema.

Zangarreo : Es una práctica de pesca muy común en los sistemas de agua dulce. En la Ciénaga ésta práctica se encuentra especialmente en Nueva Venecia (el morro). Es un método practicado generalmente a la orilla de las ciénagas con vegetación, más que todo a la orilla del manglar y con mucha frecuencia en el sistema de "Pajara" y consiste en azotar y revolver el agua para sacar la pesca. Este método es prohibido ya que el agua se enloda hasta niveles muy altos de turbidez, cuyas partículas tapan las branquias de los peces y los asfixian. "La permanencia de la mojarra en nidos" a la orilla del mangle hace pensar a los pescadores que éste es el sitio de desove. Un hecho que contradice ésta creencia, es que muchas de las capturas no presentan gónadas desarrolladas (Plan de Investigación en el Ecosistema Manglar Ciénaga Grande de Santa Marta INDERENA TOMO IV Junio 1977).

La práctica del zangarreo es realizada por cuadrillas de pescadores que utilizando un trasmallo de 200 mts. de longitud aproximada , el cual

es volado paralelo a la costa del manglar y uno de sus extremos se lleva a la tierra formando una especie de "L". Las cuadrillas están formadas por grupos de cinco a ocho personas y su labor consiste en revolver el lodo, al introducirse en los opérculos asfixia a algunos peces, y otros siguen paralelos a la red y llegan hasta la bolsa o "L" donde son capturados.

Red camaronera: Es conocida como red de arrastre de fondo. Con ella se captura especialmente camarón. Éste método consiste en: La palanca es dejada en el fondo, atada a un extremo de la canoa. A ésta palanca se ata la red en sentido circular. En el extremo de la canoa se coloca una luz o un mechón para atraer a los camarones, quedando atrapados en la bolsa de la red. Éste método se lleva a cabo desde las 6 pm. hasta las 4,5, ó 6 am.. Otro método de captura que se realiza con ésta red es el "releo" el cual consiste en extender la red de extremo a extremo por dos personas respectivamente y se camina lentamente enredando y atrapando a los camarones en la malla de la red. Su altura varía de 1,5 a 2 mts. con ojos de malla variables entre 5 a 10 cm.

Atarraya : Es una red de manejo individual de forma cónica, rodeada de plomo, colocados en intervalos cuyos pesos pueden ser hasta de 15 Kg. al extenderse presenta una longitud entre 3,20 y 5,6 mts. y un diámetro entre 4,54 y 7,95 mts. y un cubrimiento desde 16,17 mts. a 49,51 m².

Hay diferentes clases de atarrayas de acuerdo a la clase de pescado que se vaya a pescar . Cómo se manifestó anteriormente, en principio se elaboran con pitas de hilo de algodón y hoy en día las hacen de nylon que es a base de fibras sintéticas, el cual es más caro y resistente, su costo varía de \$1.000.00 a \$3.000.00.

La atarraya se diferencia por su abertura de malla, localizada entre nudo y nudo, el cual viene dado por la anchura del mallero con la ayuda de la aguja que es de madera.

Atarraya Grande: Es conocida por los pescadores como atarraya mojarrera, la cual tiene una pulgada, (2,54 cm.) y atarraya robalera que tiene 3 pulgadas (7,62 cm.). Con éste arte de pesca se obtienen no sólo del fondo sino también de la columna de agua. La atarraya lisera también tiene 1 pulgada (2,54 cm.).

Atarraya Pequeña: Son llamadas paquiteras o sardineras, éste arte se utiliza en la misma forma que las anteriores. El uso de las diferentes clases de atarraya depende del tipo de pescado que esté en abundancia.

Para tirar la atarraya se requiere resistencia física, debido a que deben envolverla en el brazo e impulsarla hacia atrás con todo el cuerpo en movimiento, haciendo que ésta se abra y se asemeje a un paracaídas. Al caer al agua, el peso del plomo la impulsa hacia el fondo y con la ayuda del hilo, cada pescador cierra y levanta la red, que atrapa el

producto de la tierra. Para la captura se efectúan lances desde la embarcación por el pescador contratado para éste fin; casi siempre la red es lanzada cerca al área de arrastre en zonas cercanas al manglar.

Chinchorro : Es una red de arrastre que mide aproximadamente de 100- 150 mts. de longitud, por 2,2, 4,2 mts en su parte más ancha (el fondo o cuerpo) con una malla de 3 o 5 cms. Este último exige de muchos brazos, regularmente se necesitan hasta 20 hombres desde la playa para halarlo, tiene una alta eficiencia. Su diferencia con el primero es que se extiende en el agua lanzándolo desde el bote. Este medio se usa en el mar.

Los usados en la Ciénaga difieren muchas veces de los empleados en el río en la gran longitud que presentan, en lo reducido de su altura. Así como en el distanciamiento de los plomos. A pesar de ser un arte de captura ilegal en las ciénagas, se opera con mucha frecuencia.

Este arte por ser altamente destructivo viene siendo decomisado y muchas veces destruido por los comités de pescadores de la región.

El corral de pesca: Es una agrupación de pescadores cuyos botes están comprendidos entre 4 y 20 en cada corral de pesca. Cada unidad de trabajo (bote) está compuesto por un piloto y un atarrayero. El elemento de pesca fundamental es la atarraya. Estos botes se agrupan alrededor de un sitio de pesca determinado, ejecutándose los lances mediante una secuencia predeterminada por el atarrayero, a

pesar de que es una actividad de conjunto, el producto de la forma no entra a su fondo común, visto de otra forma; el corral como grupo tradicional presenta un elemento tradicional; entre dos miembros existen vínculos de tipo familiar, sin embargo en el grupo se aceptan enganches de tipo temporal de pescadores foráneos de la comunidad. Entre las formas de desarrollo de la actividad en el corral se presentan las siguientes: Cuando el corral tiene su comprador, éste le sigue durante toda la faena y en cada corralada compra lo que el pescador captura.

Cuando el corral es pequeño y no tiene comprador fijo o cuando el grupo quiere vender a mejor precio, se forman lo que ellos llaman "Compañía" que es una actividad típicamente colectiva y pequeña, integrada por un número que fluctúa entre 2 y 8 botes. Para hacer el mercado nombran a dos compañeros a quienes denominan vaqueros, los cuales llevan la producción al mercado señalado de antemano por el grupo; realizada la venta se distribuye por igual (recolectado).

1.3 ESTACIONALIDAD DE LAS ESPECIES

No es posible determinar con exactitud los ciclos de pesca de cada especie comercializable, ya que se presentan variaciones considerables de una época a otra. Sin embargo, los pescadores intuyen con alguna regularidad los meses de mayor abundancia que, por lo general, son los de la temporada de lluvia.

Es importante recalcar que la estacionalidad de la pesca se traslada a diferentes sectores de la zona .

En los meses que se efectuaron los trabajos de campo por parte del INDERENA, se detectó que hasta el mes de septiembre se obtuvo el 96% de la captura de la mojarra; a partir de éste mismo mes se presentan los mayores flujos de lisa en el que se alcanza a sacar el 96 % de su producción anual. Las otras especies comercializables tienen volúmenes de pesca más representativos a partir del mes de Julio.

Aunque en la C.G.S.M se puede encontrar cualquier especie en toda época del año, se destacan los períodos en los cuales se ve una mayor proliferación y/o abundancia debido bien sea a su ciclo reproductivo, condiciones climáticas, etc.

De Enero a Abril se nota una abundancia de Camarón, Macabí y Róbalo. op!

De Septiembre a Noviembre surge un aumento en las especies de Lebranche, Lisa y Sábalo.

En Mayo y Agosto, se nota una mayor presencia de Mapalé, Coroncoro y Róbalo enano.

En Marzo y Noviembre aparece un mayor número de Mojarra.

En Abril y Septiembre hay abundancia del Chivo grande.

En Marzo y Agosto hay una mayor presencia de Sardinas boconas.

En Febrero y Diciembre se da una mayor presencia de Caracol y Ostras.

Todo lo anterior se da sistemáticamente todos los años, siempre y cuando no haya mucha influencia de agua proveniente del Río Magdalena.

Esta información se obtuvo a través de conversaciones con pescadores nativos de la zona de estudio (julio a septiembre de 1994).

Estas épocas de abundancia de las especies, afecta de manera directamente proporcional a la comercialización, debido a que si se captura en una época determinada un mayor volumen de una especie, por ende se va a comercializar un mayor porcentaje de estas especies, trayendo como consecuencia una baja en el precio, debido a la sobre oferta del producto en el mercado.

1.4 ESPECIES CAPTURADAS Y COMERCIALIZADAS

De acuerdo con la oferta del producto de la pesca y la preferencia del intermediario, fundamentalmente, las especies más capturadas y comercializadas en la Ciénaga Grande de Santa Marta, son las que a continuación se señalan:

Lista taxonómica de las especies más comerciales en la Ciénaga Grande de Santa Marta. Los nombres vernaculares son los más usados por los pescadores de la región.

NOMBRE VERNACULAR	GENERO ESPECIE
MOJARRA	AEQUIDENS PULCHER
MOJARRA RAYADA	EUGUERRES PLUMIERI
MOJARRA BLANCA, PLATEADA	DIAPTERUS RHOMBEUS
MOJARRITA	EUCINOSTOMUS GULA
LEBRANCHE	MUGIL LIZA
LISA	MUGIL INCILIS
ANCHOVETA	MUGIL CUREMA
CHIVO CABEZON	ARIOPSIS BONILLAI
CHIVO GRANDE	ARIUS PROOPS
CHIVO MAPALE	EATHOROPS SPIXI
MACABI	ELOPS SAURUS
ROBALO CARITALARGA	CENTROPOMUS UNDECIMALIS
ROBALO PIPÓN	CENTROPOMUS ENSIFERUS
ROBALO PLUMA	CENTROPOMUS PECTINATUS
CORONCORO	MICROPOGONIA FURNIERIS
CORONCORO	PARALONCHURUS BRASILIENSIS
SABALO	TARPON ATLANTICUS
SABALETA	CETENGRAULIS EDENTULUS

PALOMETA	CHAETODIPTERUS FABER
SABLE	TRIEHIURUS LEPTURUS
CARRURA	BAIRDIELLA RONCHUS
CACHACA	LANIMUS BREVICEPS
RONCO	POMADASYS CORVINAEFORMIS
MARISCOS:	
CAMARON	MACROBRACHIUM
	ACANTHURUS
CAMARON	PENEUS SEHIMITTI
LANGOSTINO	MACROBRACHIUM CARNICUS
CARACOL	MELONGENA MELONGENA
OSTRA	CRASOSTREA RIZOPHONAE
ALMEJA	ANADONTITES TRAPESIALIS
	GLAUCUS
JAIBA AZUL	CALLINECTUS SAPIDIES

1.5 MEDIOS DE PRODUCCION

1.5.1 *Distribución de Embarcaciones con motor o sin motor para intermediarios mayoristas y minoristas según la Población.*

El mayor número de embarcaciones con motor y sin motor por mayorista se presenta en la región de Tasajera con 69 y 55 respectivamente, le sigue Nueva Venecia con 39 embarcaciones con motor y 5 sin motor,

Buena Vista 37 con motor y 17 sin motor, Pueblo Viejo con 30 embarcaciones con motor y 5 sin motor, siguiéndole Bocas de Aracataca, Isla del Rosario y por último Palmira en lo que a nivel de mayorista se refiere.

Mientras que al nivel de minorista el mayor número de embarcaciones con motor lo presenta la región de Nueva Venecia con 44 y 3 sin motor, siguiéndole Pueblo Viejo con 24 embarcaciones con motor y 3 sin motor y siguiéndole en orden de importancia Palmira, Isla del Rosario, Tasajera, Buena Vista y por último Bocas de Aracataca.

En resumen el mayor número de embarcaciones con motor y sin motor lo presentan los mayoristas y el menor lo presentan los minoristas. (Ver Tabla 1).

TABLA 1.
DISTRIBUCIÓN DE EMBARCACIONES CON MOTOR O SIN MOTOR
PARA INTERMEDIARIOS MAYORISTAS Y MINORISTAS SEGÚN LA
POBLACIÓN.

POBLACION	INTER. MAYORISTAS		INTER. MINORISTAS	
	CON MOTOR	SIN MOTOR	CON MOTOR	SIN MOTOR
BOCAS DE ARACATACA	12	15	1	2
BUENA VISTA	37	17	12	7
ISLA DEL ROSARIO	8	2	16	0
NUEVA VENECIA	39	5	44	3
PALMIRA	6	1	16	5
PUEBLO VIEJO	30	5	24	3
TASAJERA	69	55	12	10
TOTAL	201	100	125	30

Fuente: Los Autores.

1.5.2 DISTRIBUCION DE LAS ARTES DE PESCA PARA MAYORISTAS Y MINORISTAS SEGUN LA POBLACION.

La Tabla 2 describe que el mayor número de artes de pesca es de 308 a nivel de intermediario mayoristas y el menor es 146 a nivel de intermediario minorista.

El mayor arte de pesca utilizado por los mayoristas es el trasmayo con 98, siguiéndole las redes de camarónicas con 74, 41 chinchorro, atarraya y palangre con 40 cada uno y por último el boliche con un número de 15.

El mayor número de artes de pesca utilizado por los minoristas son las atarrayas, seguidas en orden de importancia redes camaroneras, trasmayo, palangre y chinchorro.

TABLA 2.

**DISTRIBUCIÓN DE LAS ARTES DE PESCA PARA MAYORISTAS Y
MINORISTAS SEGÚN POBLACIÓN**

Población	Inter.Mayoristas						Inter Minoristas.					
	CAM	TRA	ATA	BOL	PAL	CHIN	CAM	TRA	ATA	BOL	PAL	CHIN
Pueblo Viejo	8	1	12	2		40	12		10			
Isla del Rosario	25		4			1	26		8			
Palmira	4						2	11	5			
Tasajera	3	31		13				8	2			2
Nueva Venecia			24		40				27		10	
Buena Vista	34	46					9	14				
Bocas de Aracataca		20										
TOTALES	74	98	40	15	40	41	49	33	52		10	2

Fuente: Autores

2. ASPECTOS RELACIONADOS CON LA COMERCIALIZACION

2.1 PRODUCTO COMERCIALIZADO

El total del producto comercializado de la C.G.S.M en un día normal es de 51.888,3 Kg, especificadas por poblaciones especies y tamaños (Véase Tablas 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y Gráficas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7). Este total es el resultado que arrojó la sumatoria de todas y cada una de las encuestas aplicadas a los intermediarios en las diferentes poblaciones, ya que ellos fueron la base de la información directa para este estudio. Esta información fue obtenida en el período comprendido entre el 10 de julio al 10 de septiembre de 1994; es decir, este fue el período donde se aplicaron las encuestas en una forma metódica y sistemática en todas y cada una de las poblaciones de la Ciénaga Grande de Santa Marta.

En la C.G.S.M en forma general el producto pesquero se comercializa en la siguiente forma:

FRESCO : Se da en aquellos productos que tienen un destino final de consumo relativamente cerca, como son: Ciénaga, Barranquilla, Santa Marta y la Zona Bananera, el cual va a ser consumido en poco tiempo.

FRESCO - ENVISCERADO: Se da en aquel producto que tiene un destino final de consumo lejos, como son: Cartagena, Bogotá, Bucaramanga, Cúcuta, Montarí, Sincelejo, el cual va a necesitar de varias horas para ser consumido.

SECO - SALADO: Es una técnica de procesamiento en el cual el producto se desviscera, se le echa sal y se coloca al sol durante dos días normales de brillo solar. Esta técnica es utilizada en la especie Lisa y es aplicada únicamente en la población de Nueva Venecia.

PROCESADO: Se da en aquel producto que es transformado, los casos específicos son el Camarón y Langostino y el Caracol que son cocidos y pelados y la Ostra que es pelada.

En la población de Pueblo Viejo se comercializa con especies selectas, debido a que los intermediarios que aquí operan son personas que llevan éste producto hasta ciudades del centro del país, como son Bogotá y Bucaramanga, por ende en la tabla se puede observar que en mayor proporción se comercializan los mariscos, como son: La Ostra, Camarón y Caracol, también es bastante notable la cantidad de Mojarra Grande, Chivo Grande y Robalo Grande, esto es porque éste producto tiene como

destino final los restaurantes, hoteles, pescaderías de las diferentes ciudades del interior del país donde es llevado el producto.

En la Isla del Rosario los comerciantes trabajan en mayor proporción con el Camarón y el Caracol por ser éstos un producto más apetecido por el consumidor final, debido a que la mayor parte del producto que se comercializa por esta población es llevado a la ciudad de Santa Marta, y por ser esta una ciudad turística es visitada por muchas personas del interior del país y extranjeros, los cuales se inclinan por consumir estos mariscos, además porque estos productos generan mayores ganancias y menores pérdidas post-producción debido a que pasan por un proceso de transformación (cocción y pelado), lo cual los hacen más resistentes a la descomposición.

En la población de Palmira se acentúa en mayor proporción la comercialización de los mariscos como Caracol, Ostras y Jaiba Azul, entre éstos se destaca el comercio con Ostras debido a que la mayoría de pescadores de esta población se dedican a la extracción de esta especie, se nota también un comercio en menor escala de Jaiba Azul, debido a que en esta población reside un comerciante que es proveedor de la empresa de mariscos "Vikingos" de la ciudad de Cartagena.

En la Población de Cartagena se comercializan una gran cantidad de especies y variedades, debido a que éste es el mayor centro de acopio de toda la Ciénaga, y es aquí donde se desembarca la mayor parte de la pesca, además es donde se nota una mayor presencia de intermediarios

que llegan de los diferentes centros de consumo. En esta población se acentúa en mayor grado la comercialización con la especie de Mojarra Grande, esto es debido a que en ésta zona existen pescadores que tienen a su disposición los "trasmayos", un arte de pesca que les facilita la captura de ésta, además estos pescadores recorren toda la Ciénaga en busca de ésta especie más apetecida y más rentable para ellos.

En la población de Bocas de Aracataca se destaca el comercio en mayor grado de la especie Chivo Mediano, debido a que la zona de pesca de esta población está influenciada por la desembocadura de los ríos Río Frío, Aracataca y Ají, por lo cual abunda ésta especie. En esta zona en la actualidad no se ve el comercio con marisco, también se destaca que en esta población es donde hay menor número de comerciantes, debido a la escasez de materia prima como es el producto pesquero.

En la población de Buena Vista los comerciantes trabajan en mayor cantidad con la especie Lisa, porque en la zona de la Ciénaga de Pajara, zona de influencia de pesca, se capturan mayores cantidades de ésta especie, además porque la mayoría de este producto tiene como destino final la ciudad de Barranquilla en donde es muy apetecida.

En la población de Nueva Venecia se nota una mayor comercialización con las especies Lisa Seca y Mapale Pequeño, esto es porque estos productos tienen como destino final los pueblos ribereños del Río Magdalena y más concretamente el municipio de Sitio Nuevo, también son

llevados a la plaza de mercado de la ciudad de Barranquilla donde tienen una gran demanda.

TABLA 3.
PUEBLO VIEJO - ESPECIES COMERCIALIZADAS.

ESPECIES	CANTIDAD (Kg)
ALMEJAS	225.4
CAMARON PROCESADO	599.3
CAMARON SIN PROCESAR	602.1
CARACOL	486.3
CHIVO GRANDE	433.2
CHIVO MEDIANO	71.7
CHIVO PEQUEÑO	57.9
CORONCORO GRANDE	10.0
CORONCORO PEQUEÑO	7.5
LANGOSTINO	98.8
LEBRANCHE GRANDE	24.7
LEBRANCHE MEDIANO	101.2
LEBRANCHE PEQUEÑO	38.3
LISA GRANDE	77.5
LISA MEDIANA	62.5
LISA PEQUEÑA	64.9
MOJARRA DUDOSA	103.7
MOJARRA GALLINA	241.5
MOJARRA GRANDE	588.0
MOJARRA MOSA	4.4
MOJARRA PLATERA	44.5
OSTRAS	909.7
ROBALO GRANDE	437.6
ROBALO MEDIANO	17.5
RONCA MEDIANA	0.7
TOTAL	5308.9

Fuente: Los Autores

GRAFICA 1 Pueblo Viejo - Especies Comercializadas

ESPECIES

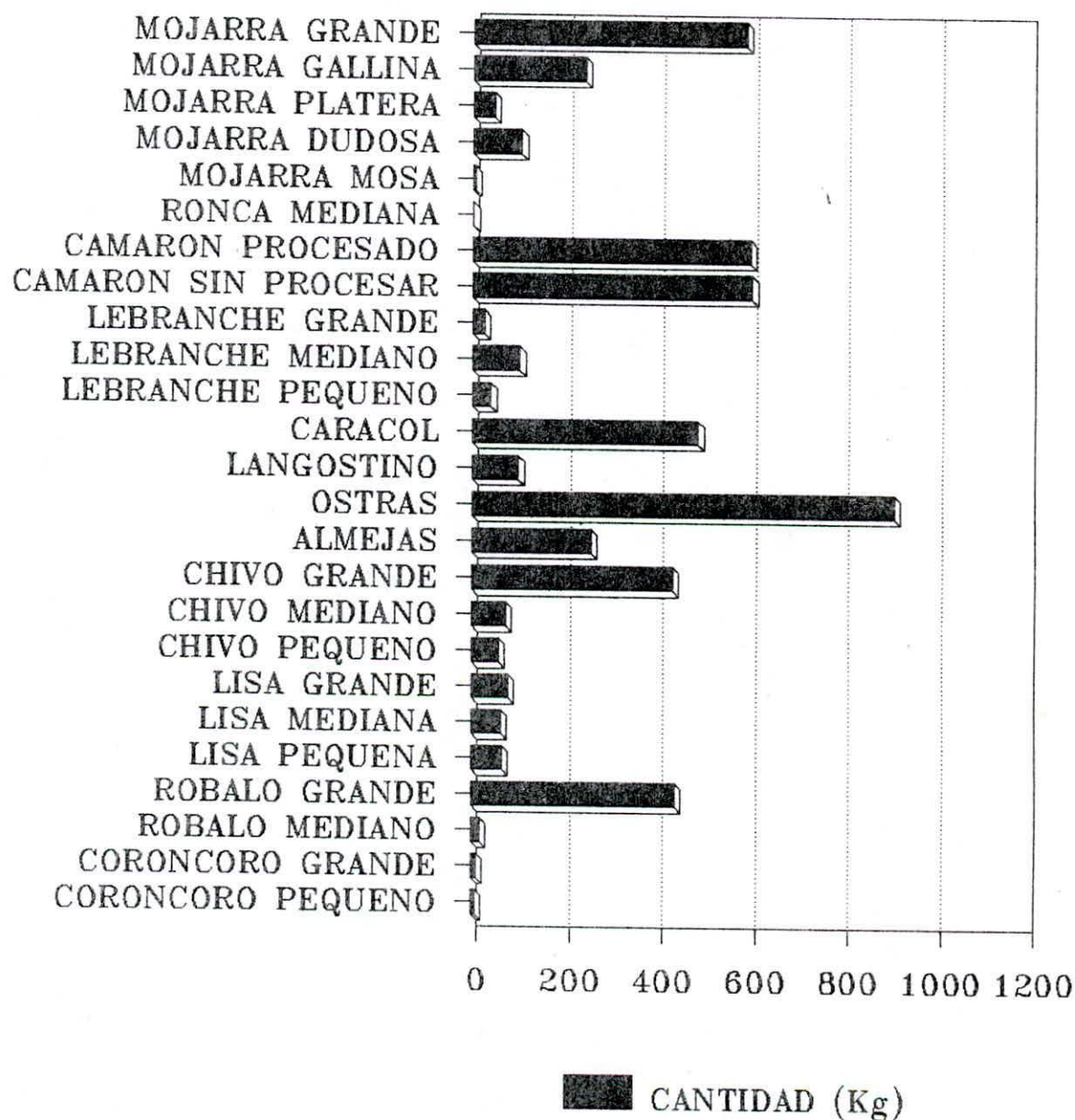


TABLA 4.
ISLA DEL ROSARIO - ESPECIES COMERCIALIZADAS.

ESPECIES	CANTIDAD (Kg)
ALMEJAS	34.1
CAMARON PROCESADO	63.6
CAMARON SIN PROCESAR	527.2
CARACOL	381.3
CHEREST	2.5
CHIVO GRANDE	30.0
CHIVO PEQUEÑO	11.2
CORONCORO MEDIANO	3.7
CORONCORO PEQUEÑO	29.5
JAIBA AZUL	100.0
LANGOSTINO	12.5
LEBRANCHE GRANDE	137.1
LEBRANCHE MEDIANO	46.0
LISA GRANDE	239.1
LISA MEDIANA	147.5
LISA PEQUEÑA	248.2
MACABI GRANDE	31.2
MACABI MEDIANO	51.0
MACABI PEQUEÑO	25.0
MAPALE PEQUEÑO	9.3
MOJARRA DUDOSA	168.9
MOJARRA GALLINA	52.0
MOJARRA GRANDE	152.0
MOJARRA MOSA	21.4
MOJARRA PLATERA	157.4
OSTRAS	10.5
ROBALO GRANDE	144.5
ROBALO MEDIANO	63.7
ROBALO PEQUEÑO	63.5
SABALO GRANDE	7.5
TOTAL	2971.9

Fuente: Los Autores

GRAFICA 2. Isla del Rosario - Especies Comercializadas

ESPECIES

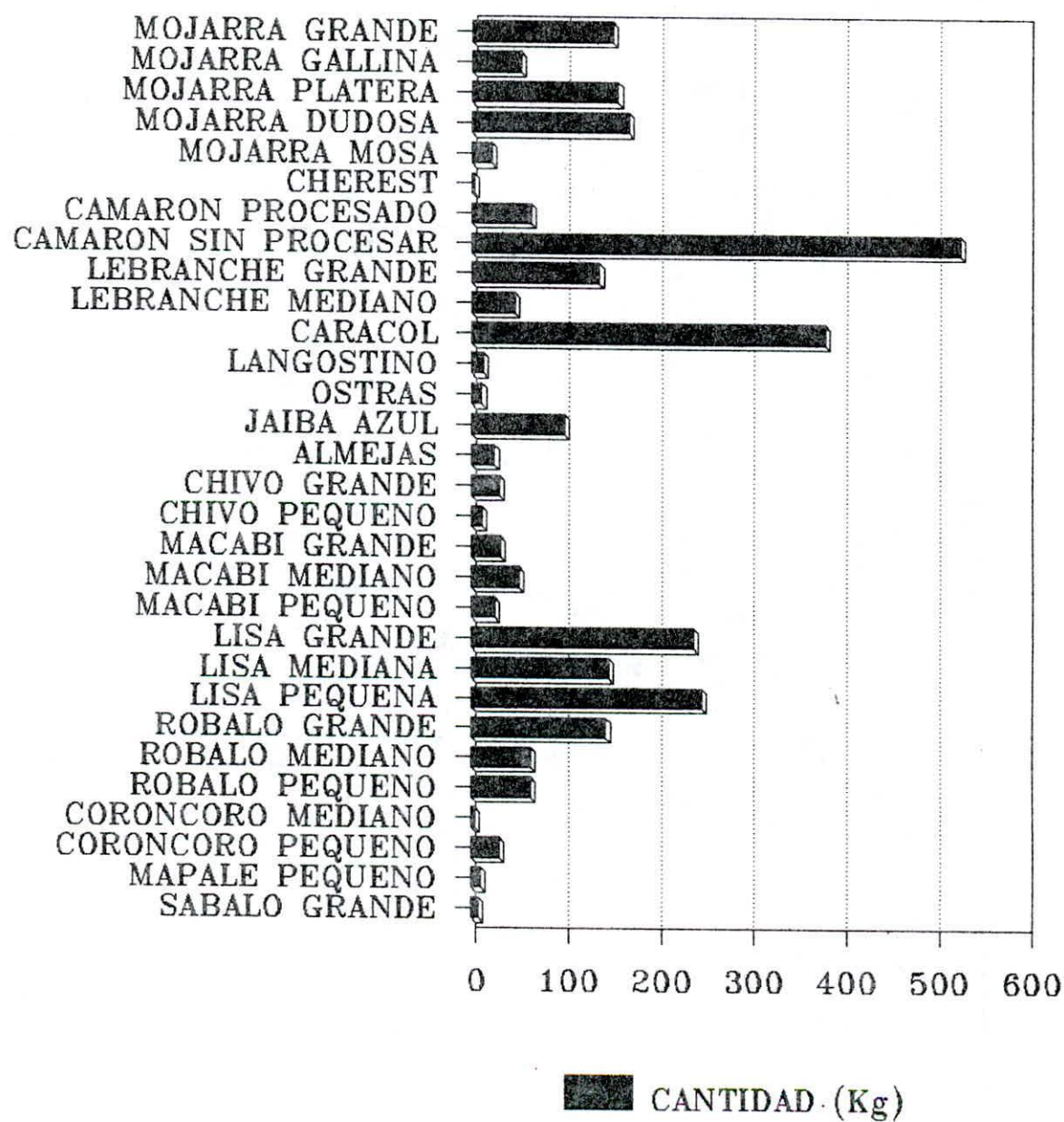


TABLA 5.
PALMIRA - ESPECIES COMERCIALIZADAS

ESPECIES	CANTIDAD (Kg)
ALMEJAS	20.0
CAMARON PROCESADO	55.4
CAMARON SIN PROCESAR	6.9
CARACOL	832.1
CHIVO GRANDE	20.0
CHIVO PEQUEÑO	30.0
CORONCORO GRANDE	30.0
JAIBA AZUL	500.0
LEBRANCHE GRANDE	79.8
LEBRANCHE MEDIANO	21.3
LISA GRANDE	100.0
MACABI PEQUEÑO	45.0
MOJARRA DUDOSA	10.0
MOJARRA GALLINA	155.5
MOJARRA GRANDE	190.0
MOJARRA MOSA	10.0
MOJARRA PEQUEÑA	7.5
MOJARRA PLATERA	124.5
OSTRAS	1657.6
ROBALO GRANDE	18.0
ROBALO MEDIANO	68.0
ROBALO PEQUEÑO	15.0
TOTAL	3996.6

Fuente: Los Autores

GRAFICA 3. Palmira - Especies Comercializadas

ESPECIES

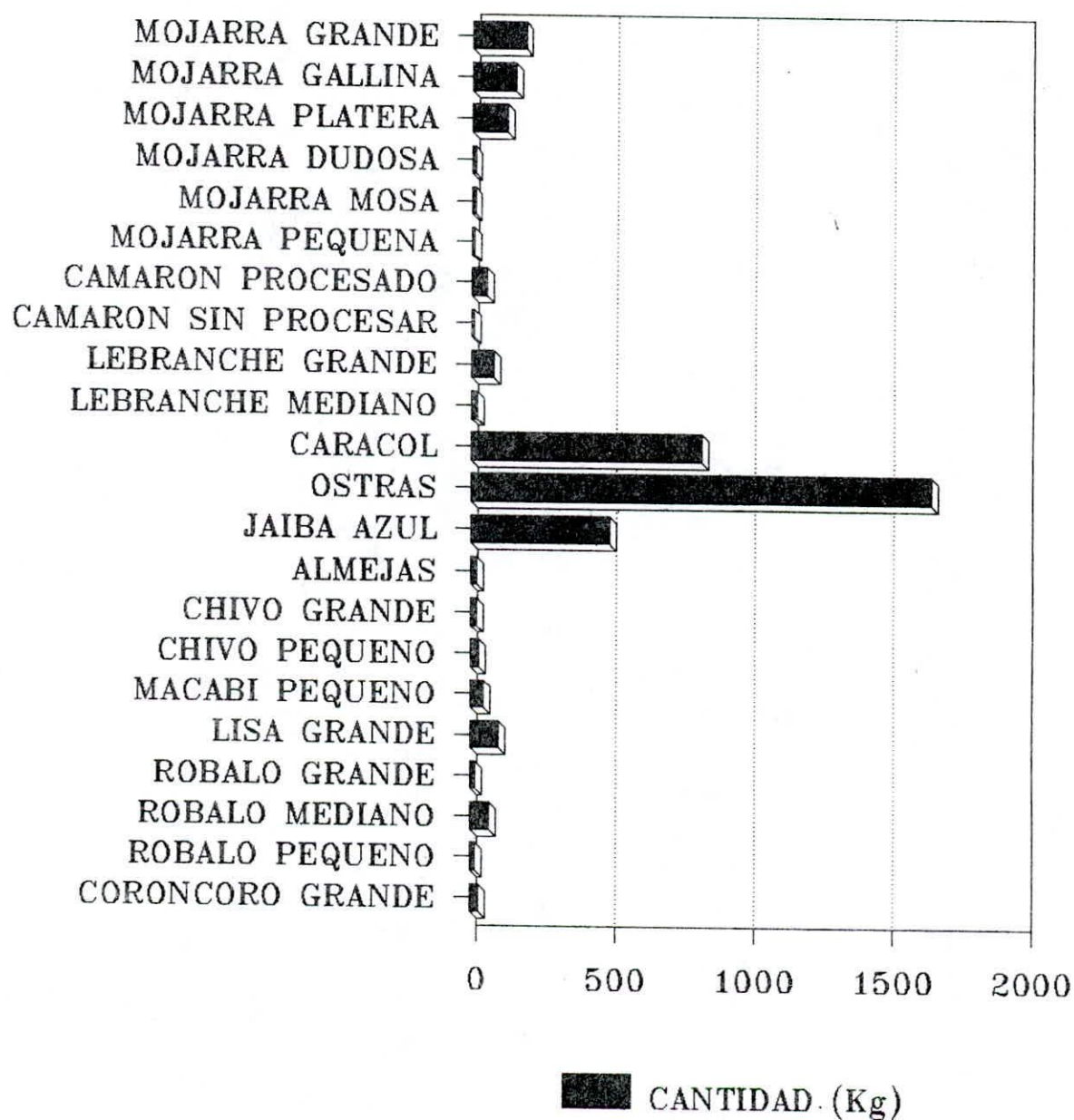


TABLA 6.

TASAJERA - ESPECIES COMERCIALIZADAS.

ESPECIES	CANTIDAD(Kg)
BOCONA	400.0
CAMARON PROCESADO	7.5
CAMARON SIN PROCESAR	182.0
CARACOL	134.3
CARRURA	17.7
CHEREST	192.5
CHIVO GRANDE	1613.2
CHIVO MEDIANO	1016.8
CHIVO PEQUEÑO	270.9
CORONCORO GRANDE	43.7
CORONCORO MEDIANO	58.4
CORONCORO PEQUEÑO	795.6
LANGOSTINO	13.5
LEBRANCHE GRANDE	483.8
LEBRANCHE MEDIANO	642.4
LEBRANCHE PEQUEÑO	7.4
LISA MEDIANA	1405.8
LISA PEQUEÑA	1227.5
MACABI GRANDE	74.0
MACABI MEDIANO	330.6
MACABI PEQUEÑO	1182.6
MAPALE GRANDE	102.5
MAPALE MEDIANO	629.0
MAPALE PEQUEÑO	188.0
MOJARRA DUDOSA	865.3
MOJARRA GALLINA	1566.5
MOJARRA GRANDE	2691.2
MOJARRA MOSA	683.7
MOJARRA PEQUEÑA	37.6
MOJARRA PLATERA	961.9
PALOMETA	43.8
ROBALO GRANDE	782.0
ROBALO MEDIANO	179.6
ROBALO PEQUEÑO	583.4
RONCA MEDIANA	179.0
RONCA PEQUEÑA	127.7
SABALO GRANDE	190.5
SABALO MEDIANO	212.2
TOTAL	20394.1

Fuente: Los Autores

GRAFICA 4. Tasajera - Especies Comercializadas

ESPECIES

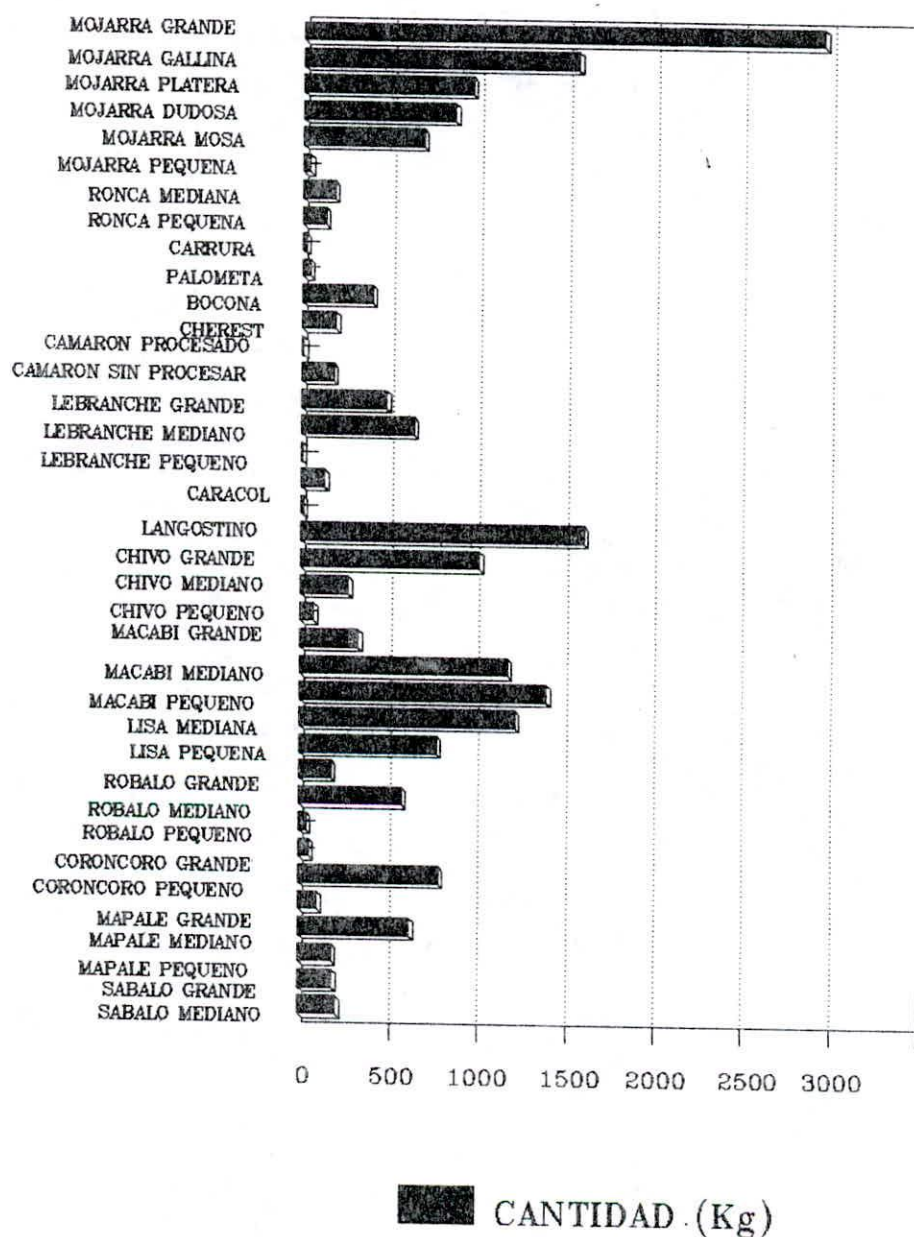


TABLA 7.

BOCAS DE ARACATACA - ESPECIES COMERCIALIZADAS.

ESPECIES	CANTIDAD (Kg)
CACHACA	393.7
CHIVO GRANDE	187.5
CHIVO MEDIANO	593.5
CHIVO PEQUEÑO	175.0
CORONCORO PEQUEÑO	62.5
LEBRANCHE GRANDE	38.2
LEBRANCHE PEQUEÑO	525.1
LISA GRANDE	187.5
LISA PEQUEÑA	281.2
MAPALE PEQUEÑO	468.8
MOJARRA DUDOSA	371.3
MOJARRA GALLINA	183.0
MOJARRA GRANDE	97.0
MOJARRA MOSA	181.2
MOJARRA PEQUEÑA	281.2
MOJARRA PLATERA	303.8
SABALO GRANDE	400.0
SABALO MEDIANO	34.3
SABALO PEQUEÑO	7.5
TOTAL	4772.3

Fuente: Los Autores

GRAFICA 5. Bocas de Aracataca - Especies Comercializadas

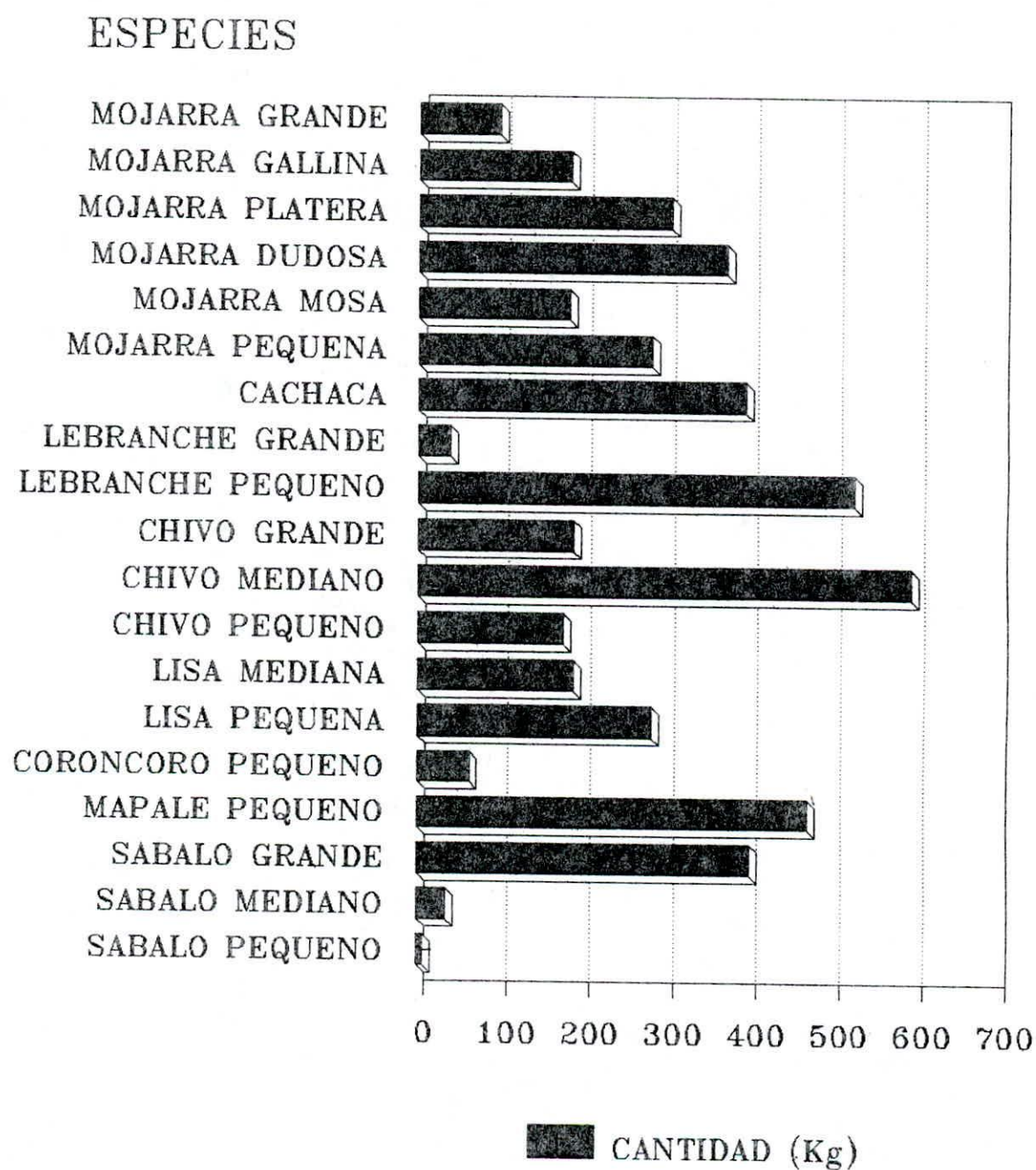


TABLA 8.

BUENA VISTA - ESPECIES COMERCIALIZADAS.

ESPECIES	CANTIDAD (Kg)
CAMARON SIN PROCESAR	220.7
CHIVO GRANDE	10.0
CHIVO MEDIANO	10.0
CHIVO PEQUEÑO	319.7
CORONCORO MEDIANO	131.3
CORONCORO PEQUEÑO	150.0
LEBRANCHE GRANDE	46.1
LEBRANCHE MEDIANO	2.0
LISA PEQUEÑA	562.4
MACABI MEDIANO	95.0
MACABI PEQUEÑO	125.0
MAPALE PEQUEÑO	45.0
MOJARRA GALLINA	86.3
MOJARRA GRANDE	58.3
MOJARRA MOSA	156.2
MOJARRA PEQUEÑA	62.5
MOJARRA PLATERA	49.3
ROBALO GRANDE	88.0
ROBALO MEDIANO	5.0
RONCA PEQUEÑA	37.5
SABALO GRANDE	183.0
SABALO MEDIANO	118.8
SABALO PEQUEÑO	94.4
TOTAL	2656.5

Fuente: Los Autores

GRAFICA 6. Buena Vista - Especies Comercializadas

ESPECIES

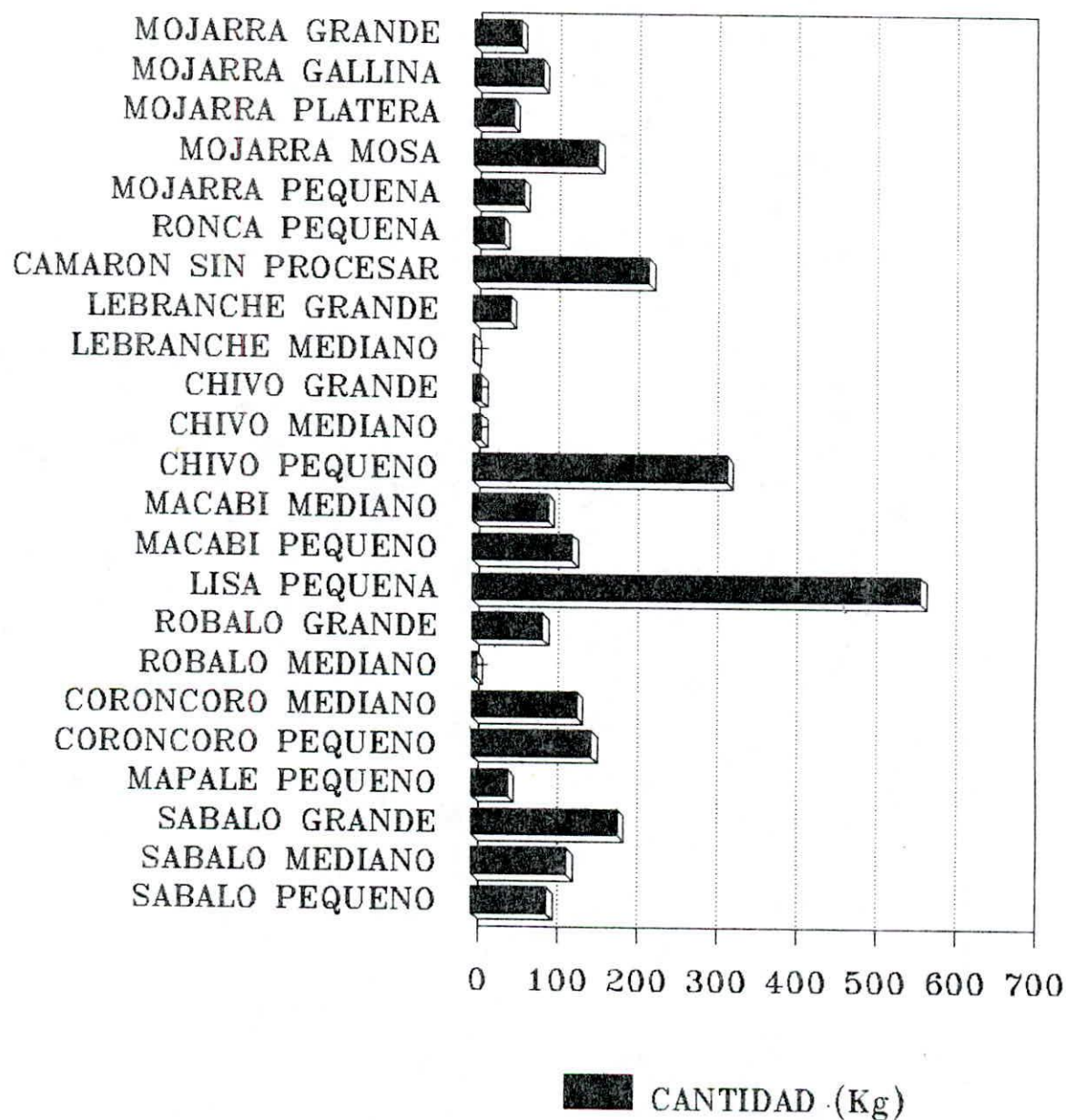


TABLA 9.

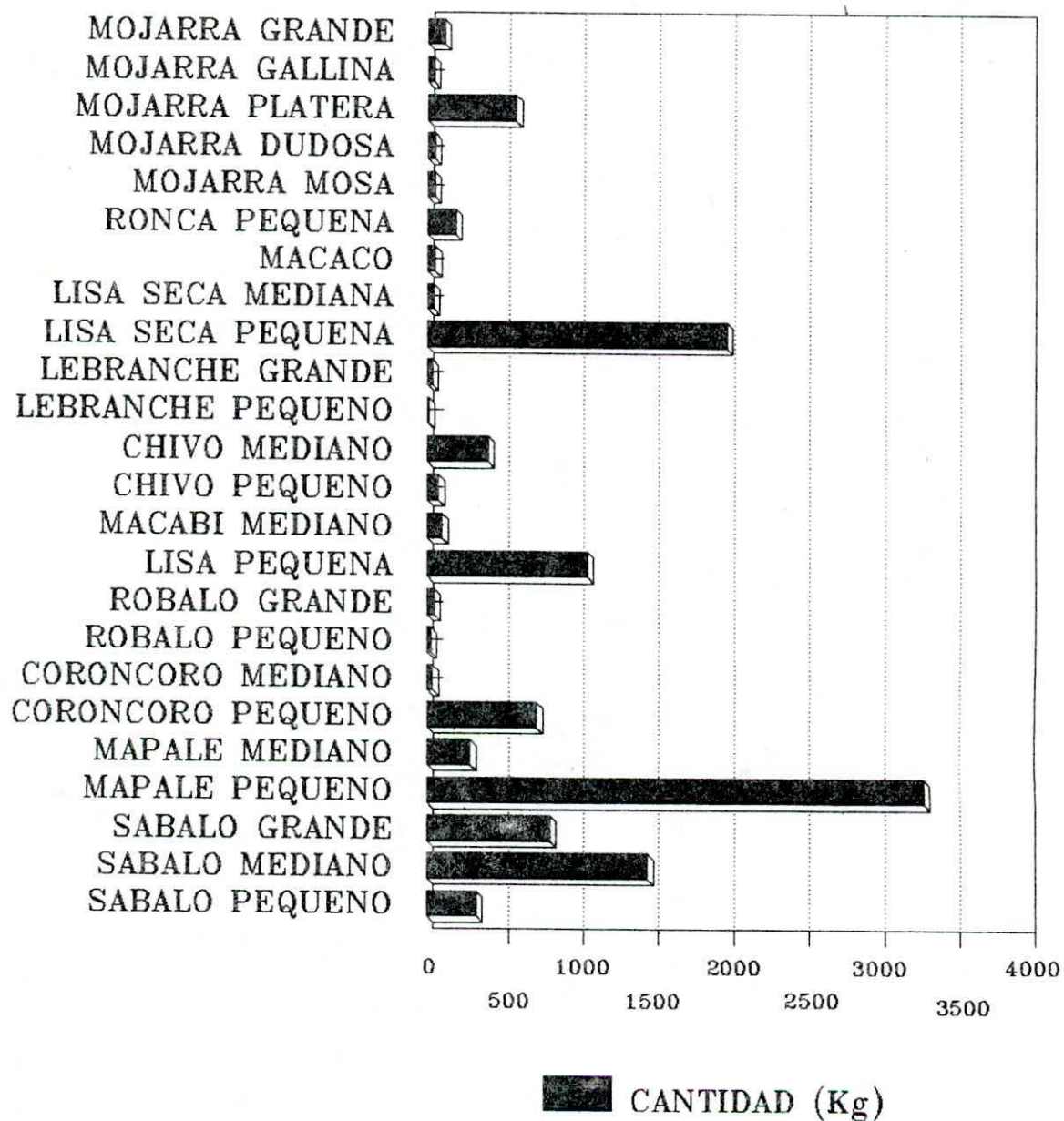
NUEVA VENECIA - ESPECIES COMERCIALIZADAS.

ESPECIES	CANTIDAD (Kg)
CHIVO MEDIANO	402.3
CHIVO PEQUEÑO	74.6
CORONCORO MEDIANO	33.7
CORONCORO PEQUEÑO	726.2
LEBRANCHE GRANDE	29.2
LEBRANCHE PEQUEÑO	7.5
LISA PEQUEÑA	1064.2
LISA SECA MEDIANA	37.0
LISA SECA PEQUEÑA	1988.7
MACABI MEDIANO	97.5
MACACO	50.0
MAPALE MEDIANO	282.2
MAPALE PEQUEÑO	3302.4
MOJARRA DUDOSA	48.7
MOJARRA GALLINA	39.7
MOJARRA GRANDE	109.0
MOJARRA MOSA	46.2
MOJARRA PLATERA	586.4
ROBALO GRANDE	46.0
ROBALO PEQUEÑO	22.5
RONCA PEQUEÑA	187.5
SABALO GRANDE	817.3
SABALO MEDIANO	1464.2
SABALO PEQUEÑO	325.0
TOTAL	11788.0

Fuente: Los Autores

GRAFICA 7. Nueva Venecia - Especies Comercializadas

ESPECIES



3 DISTRIBUCION

Asumiendo la distribución como el proceso a través del cual se traspasa el producto de la pesca, traspaso que va desde los pescadores, pasando por los intermediarios, hasta llegar al consumidor o usuario final, en el presente estudio se caracterizan los niveles de intermediación y canales de comercialización.

En la C.G.S.M la distribución del producto de la pesca se inicia en los desembarcaderos de cada una de las poblaciones y sitios pesqueros, allí los pescadores entregan generalmente el producto a intermediarios, quienes a su vez lo distribuyen a otros intermediarios hasta hacerlo llegar al consumidor final o demandante de este bien alimenticio.

De todas maneras y dada la facilidad para acceder a los desembarcaderos en las poblaciones de Tasajera, Isla del Rosario, Palmira y Pueblo Viejo los intermediarios reciben el producto directamente del pescador.

3.1 CLASIFICACION DE LOS INTERMEDIARIOS.

A continuación se establece una identificación o clasificación de comerciantes intermediarios según su actividad y por población.

En forma general se ha establecido que un comerciante que posee un capital de trabajo de \$ 1.00 hasta \$ 150.000 será tratado como minorista y de \$ 150.001 en adelante será tratado como mayorista, además este posee medio de producción como redes, embarcaciones, motores, etc. De lo anterior encontramos que del total de comerciantes encuestados 120 (27,52%) son mayoristas, mientras que el 316 (77,48%) son minoristas, en la población de Tasajera existe un total de 31 mayoristas I y 20 minoristas I que residen en ella; en el resto de las poblaciones todos los mayoristas I y minoristas I son residentes en dichas poblaciones.

3.1.1 Intermediarios Mayoristas I.

Se define así, a los intermediarios ubicados o que residen en las poblaciones o sitios de acopio del producto, concretamente Pueblo Viejo, Isla del Rosario, Palmira, Tasajera, Bocas de Aracataca, Buena Vista y Nueva Venecia, quienes acopian el producto proveniente de los diferentes sitios pesqueros, lo enhielan o refrigeran durante un período de uno o dos días y luego lo venden a intermediarios ubicados en las diferentes ciudades y/o centros de consumo: Barranquilla, Santa Marta, Cartagena, Ciénaga, etc., estos intermediarios (mayoristas I) se caracterizan

principalmente por ser dueños de medios de producción (embarcaciones, motores, redes, refrigeradores, cavas, etc.). En general, estos comerciantes emplean cuadrillas de pescadores asalariados y/o al partir, lo cual les permite obtener el producto a menores precios y en consecuencia, va a obtener mayores ganancias en el proceso de comercialización.

3.1.2 Intermediarios Mayoristas II.

Se define así, a los intermediarios ubicados en diferentes ciudades a las de la Ciénaga y/o municipios que acopian el producto y lo distribuyen en su región, bien sea en restaurantes, pescaderías, coctelerías y hoteles como también a intermediarios minoristas II (detallistas).

Muchas veces estos mayoristas II obtienen el producto de los mayoristas I y a veces van hasta la población de la C.G.S.M a buscar el producto directamente del pescador.

3.1.3 Intermediarios Minoristas I.

Se denomina así, al intermediario que vende y está ubicado o reside en las poblaciones de la C.G.S.M, éste compra el producto al pescador y lo vende a los mayoristas I y II y a los minoristas II.

3.1.4 Intermediarios Minoristas II.

Se denomina así, a los intermediarios que venden al detal y que provienen de otras regiones, ciudades o centros de consumo; éste es el que vende por las calles y/o en su casa a la comunidad.

3.2 CANTIDADES COMERCIALIZADAS POR MAYORISTAS Y MINORISTAS

En general podríamos decir que del 100% de las cantidades comercializadas en la C.G.S.M (51.888,3 Kg), los mayoristas movilizan un 48,84% (25.345,2 Kg), mientras que los minoristas movilizan un porcentaje mayor de 51,16% (26.543,1 Kg). Lo anterior se debe a que en esta zona se encuentra una gran número de minoristas, lo que explica el porque éstos movilizan un mayor porcentaje de las cantidades comercializadas (Véase Tabla 10 y Gráfica 8).

Mirando de una forma más detallada, encontramos que: de acuerdo al cien por ciento del volumen comercializado en la población de Pueblo Viejo (5.308,9 Kg), los mayoristas movilizan un 66,07% (3.507,6 Kg), mientras que los minoristas movilizan un 33,93% (1.801,3 Kg). (Véase Tabla 10 y Gráfica 8).

Para Isla del Rosario del cien por ciento del volumen comercializado (2.971,9 Kg), los mayoristas comercializan el 47,47% (1.410,8 Kg),

mientras que los minoristas movilizan el 52,53% (1.561,1 Kg). (Véase Tabla 10 y Gráfica 8).

Del cien por ciento del volumen comercializado en Tasajera (20.394,1 Kg), los mayoristas movilizan el 45,58% (9.295,4 Kg), mientras que los minoristas comercializan el 54,42% (11.098,7 Kg). (Véase Tabla 10 y Gráfica 8).

Para la población Bocas de Aracataca encontramos que del cien por ciento del volumen comercializado (4.772,3 Kg), los mayoristas comercializan el 86,66% (4.135,8 Kg), mientras que los minoristas movilizan el 13,34% (636,5 Kg). (Véase Tabla 10 y Gráfica 8).

En Buena Vista del cien por ciento del volumen comercializado (2.656,5 Kg), los mayoristas movilizan un 69,55% (1.847,5 Kg), mientras que los minoristas comercializan el 30,45% (809,0 Kg). (Véase Tabla 10 y Gráfica 8).

Para Nueva Venecia del cien por ciento del volumen comercializado (11.788,0 Kg), los mayoristas comercializan un 31,22% (3.680,2 Kg), mientras que los minoristas movilizan el 68,78% (8.107,8 Kg). (Véase Tabla 10 y Gráfica 8).

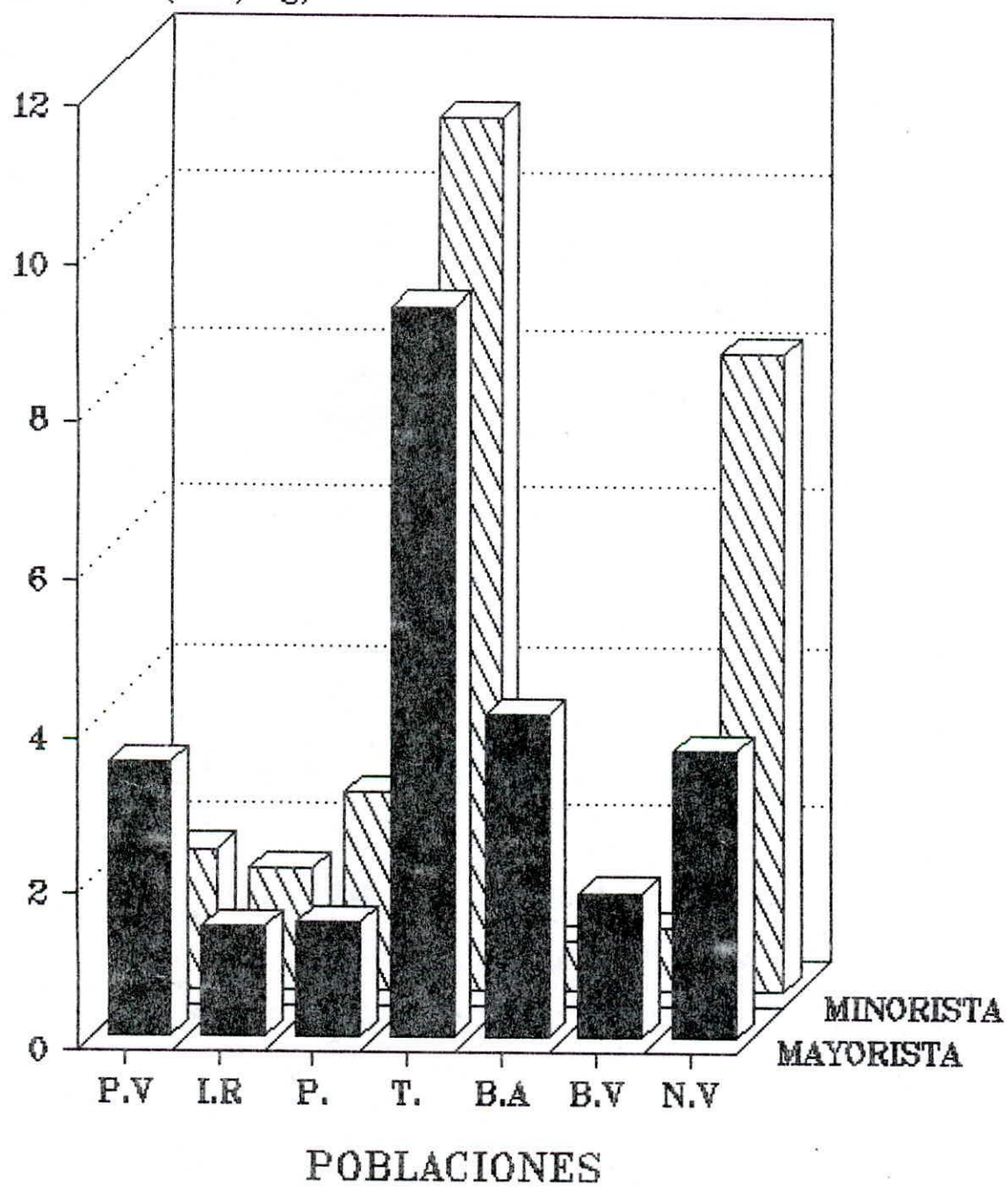
TABLA 10.

CANTIDADES COMERCIALIZADAS MAYORISTAS/MINORISTAS (KG).

POBLACIONES	MAYORISTAS		MINORISTAS		TOTAL
	Cantidad (Kg)	%	Cantidad (Kg)	%	
Pueblo viejo	3.507,6	66,07	1.801,3	33,93	5.308,9
Isla del Rosario	1.410,8	47,77	1.561,1	52,53	2.971,9
Palmira	1.467,9	36,73	2.528,7	63,27	3.996,6
Tasajera	9.295,4	45,58	11.098,7	54,42	20.394,1
Bocas de Aracataca	4.135,8	86,66	636,5	13,34	4.772,3
Buena Vista	1.847,5	69,55	809,0	30,45	2.656,5
Nueva Venecia	3.680,2	31,2	8.107,8	68,78	11.788,0
TOTAL	25.345,2	-	26.543,1	-	51.888,3

Fuente : Los Autores.

GRAFICA 8. Cantidades comercializadas Mayoristas/Minoristas
CANTIDAD (000/Kg)



Todas las estimaciones anteriores, están presentadas de forma muy puntual, ya que los datos muestran las cantidades comercializadas diariamente. Para poder proyectar estos datos a un mes hay que utilizar la siguiente fórmula:

$$P\left[N - \bar{X} - t_{N-1} \frac{NS}{\sqrt{N}} \leq \pi \leq N\bar{X} + t_{N-1} \frac{NS}{\sqrt{N}}\right] = 1 - \alpha$$

$N = 7$ poblaciones.

—

\bar{X} = Promedio de las medias muestrales.

t_{N-1} = Coeficiente que mide el nivel de confianza.

S = Desviación Standard muestral.

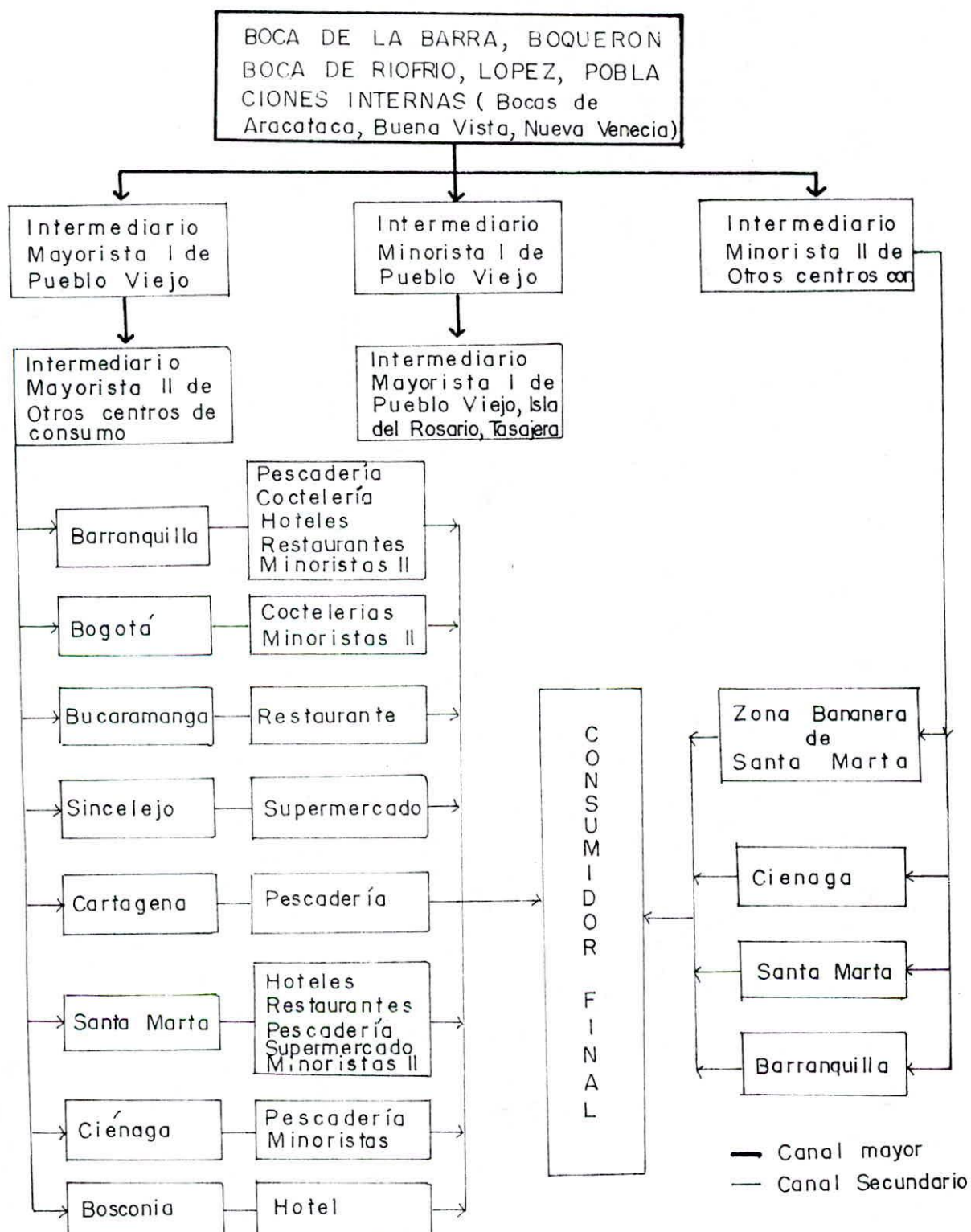
τ = Estimación del volumen total.

La anterior fórmula sólo se puede aplicar si se tiene el índice estacional típico mensual, y éste se obtiene a través de un muestreo periódico no menor a cinco años, para así saber con exactitud la variabilidad que presenta esta actividad mensualmente.

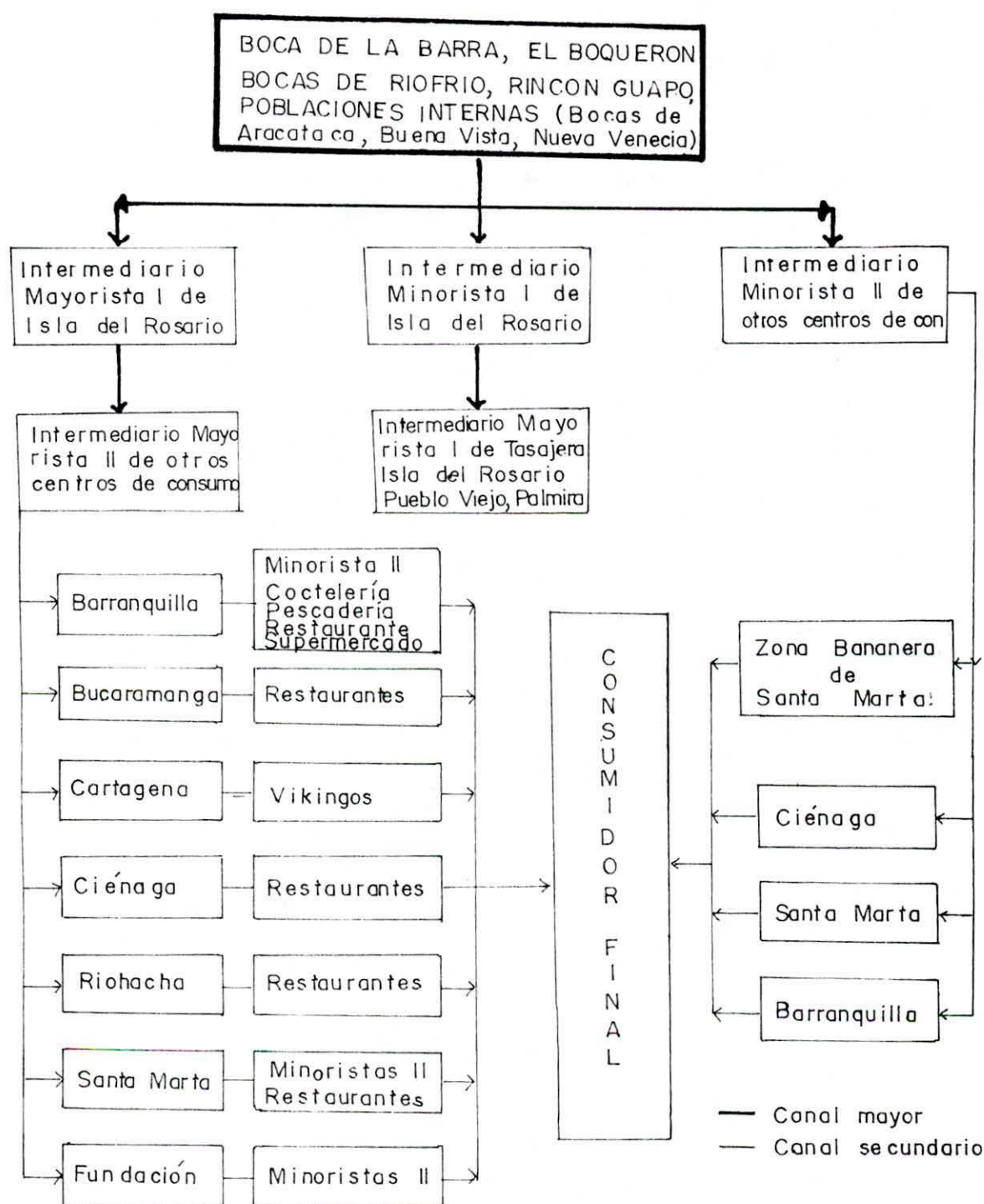
3.3. CANALES DE COMERCIALIZACION.

El canal de comercialización está dado por la trayectoria misma que se sigue en el proceso distribución del producto; hace alusión a las diferentes rutas por las que pasa el producto hasta llegar al consumidor final. (Véase Gráficas 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15).

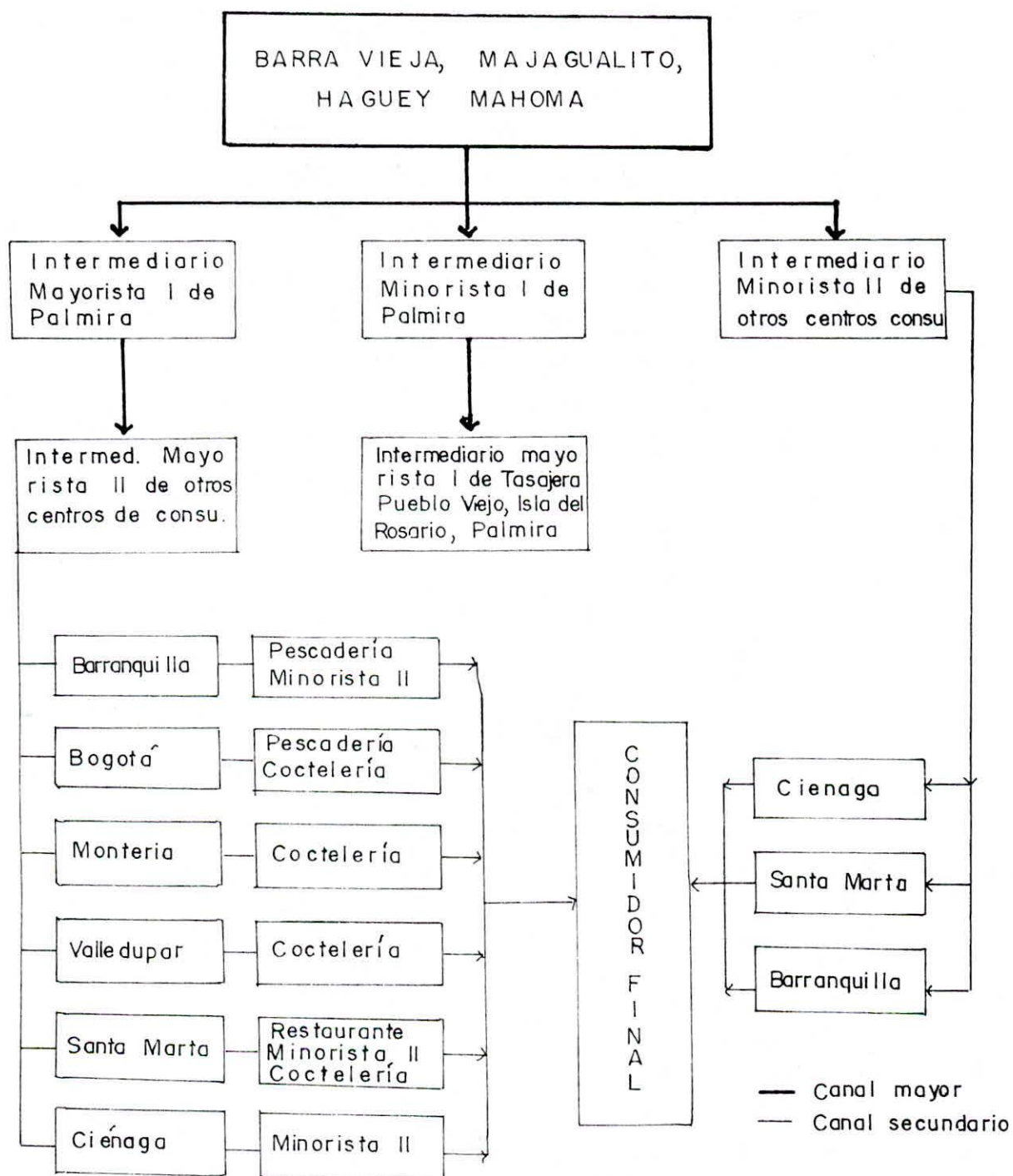
GRAFICA 9. Canales de comercialización del producto pesquero: población Pueblo Viejo.



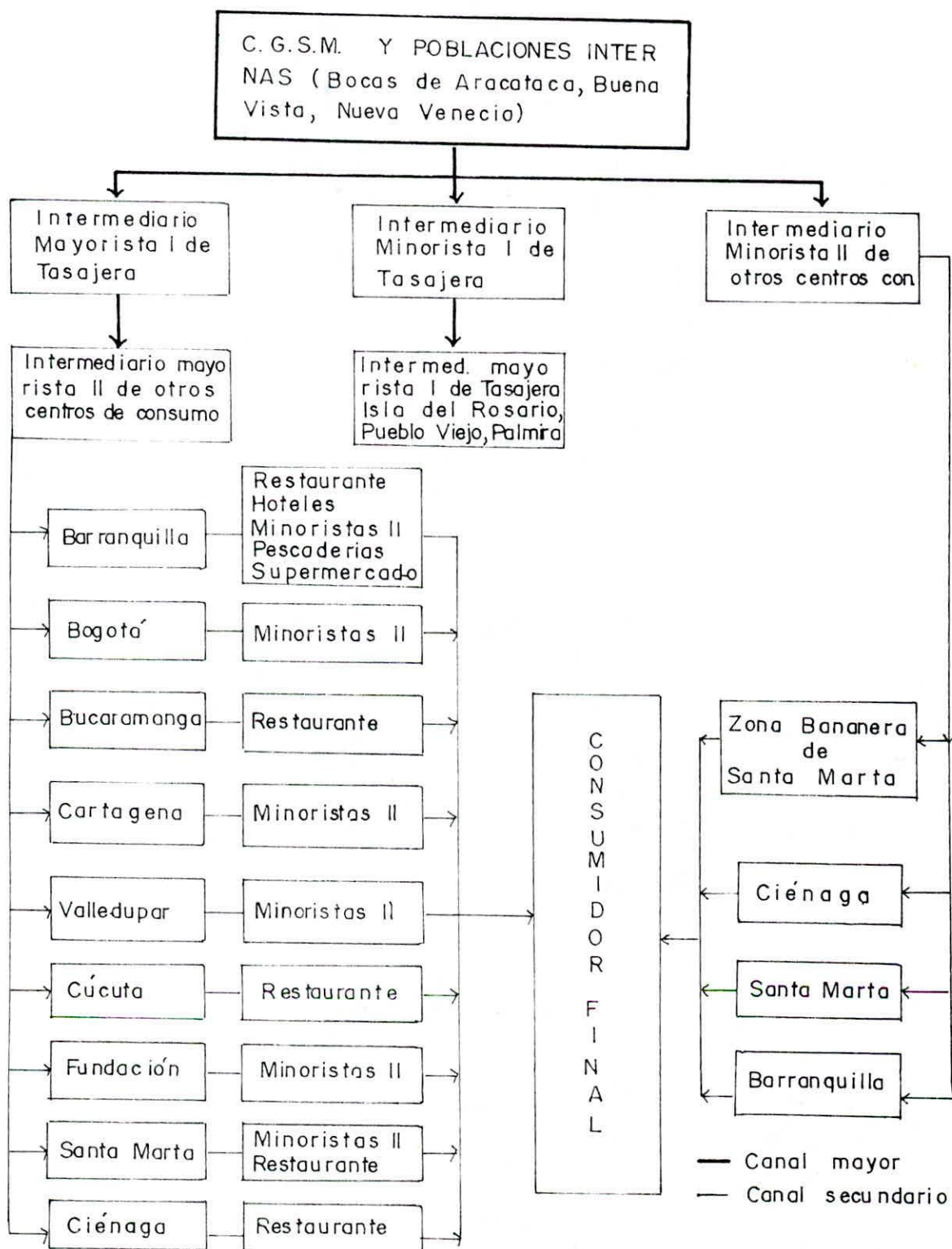
GRAFICA 10. Canales de comercialización del producto pesquero: población Isla del Rosario



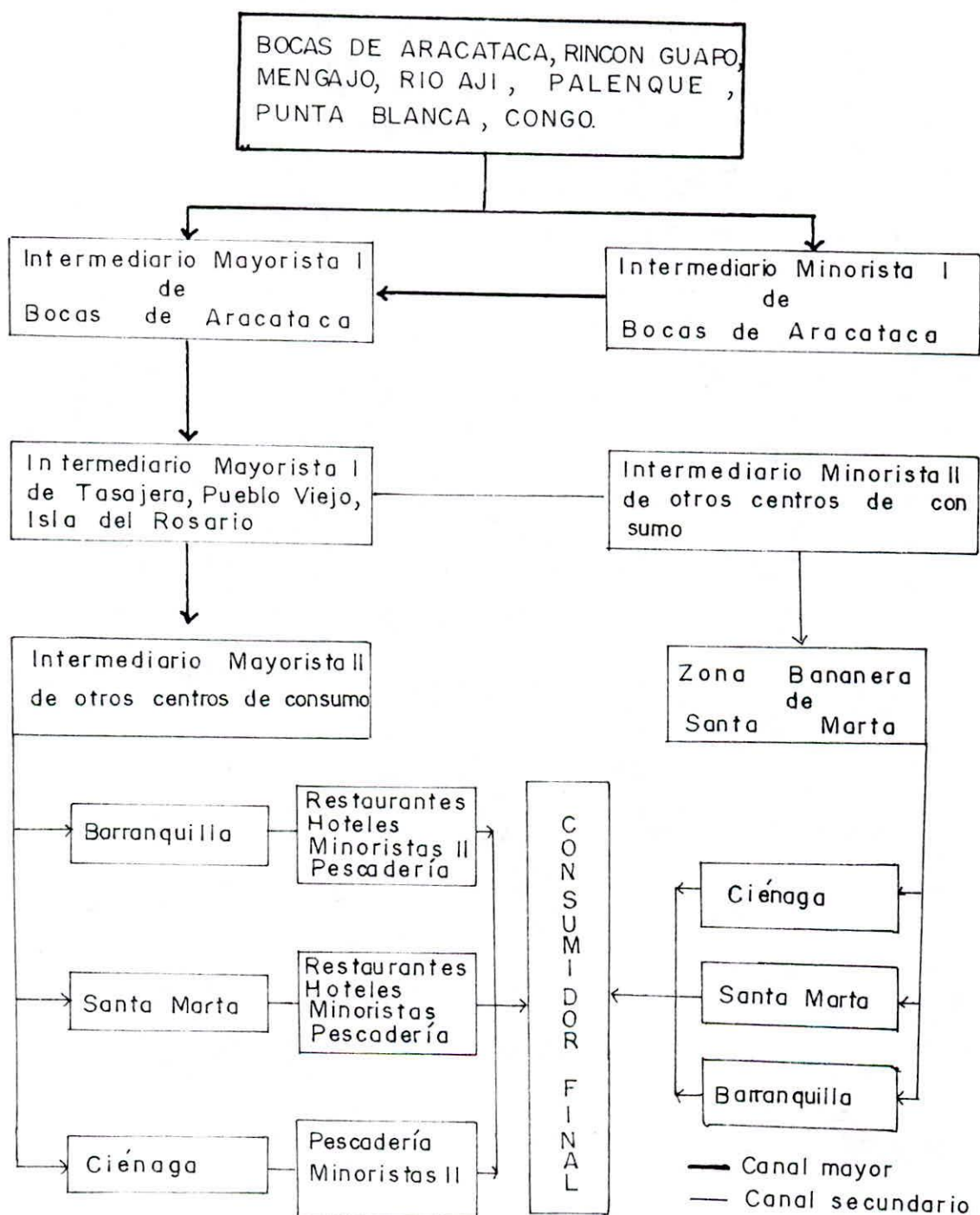
GRAFICA II. Canales de comercialización del producto pesquero: población Palmira



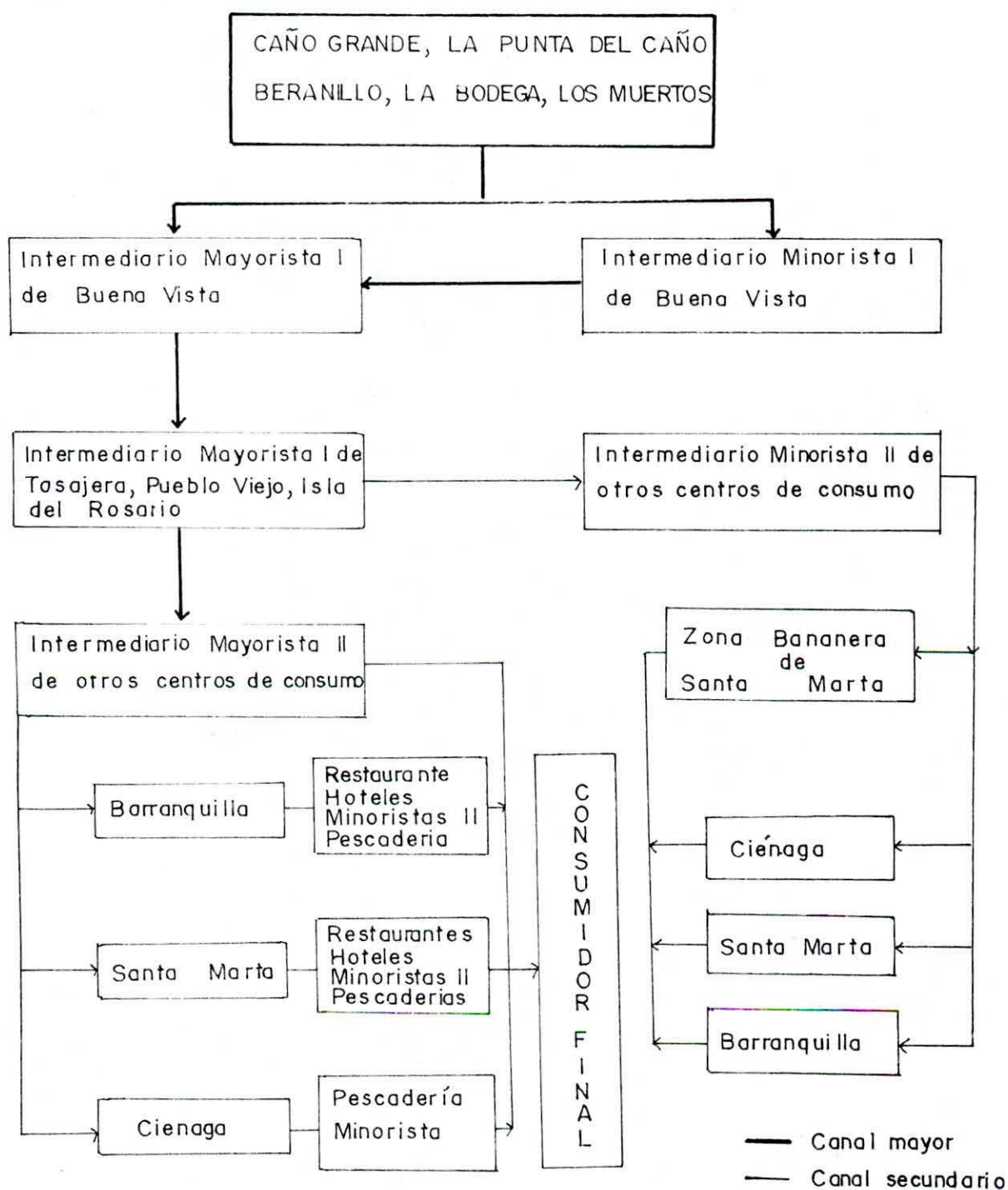
GRAFICA 12. Canales de comercialización del producto pesquero: poblacion Tasajera.



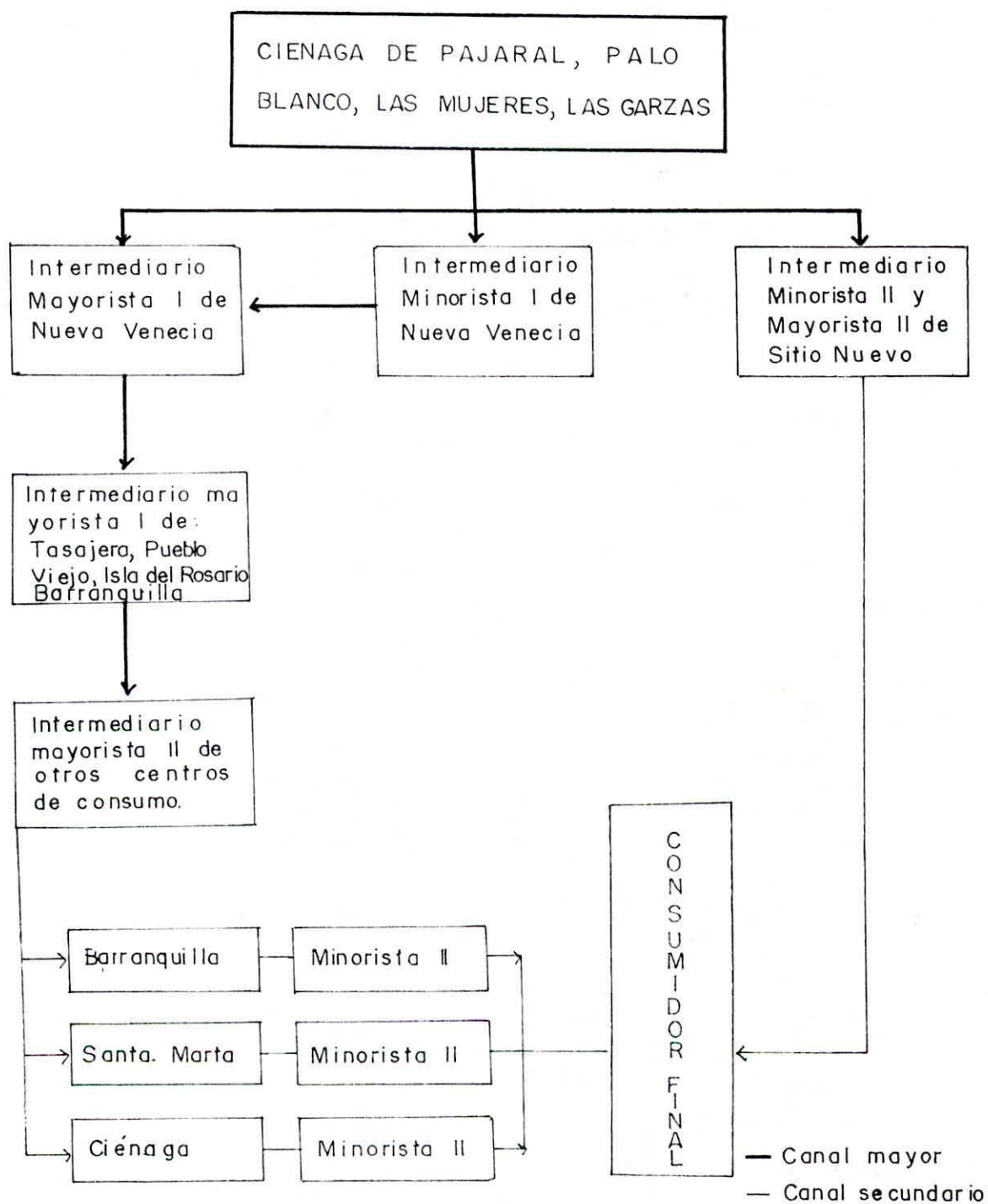
GRAFICA 13. Canales de comercialización del producto pesquero: población Bocas de Aracataca.



GRAFICA 14. Canales de comercialización del producto pesquero: población Buena Vista.



GRAFICA 15. Comercialización del producto pesquero: población Nueva Venecia.



3.3.1 Distribución de la captura en las diferentes ciudades.

3.3.1.1 Población Pueblo Viejo.

En esta población la distribución se inicia en los puertos caseros donde se concentra la producción proveniente de los sitios: Boca de la Barra, Boquerón, Boca de Río Frío, López y de las poblaciones internas de la ciénaga (palafíticos).

El intermediario mayorista I o que reside en Pueblo Viejo compra el producto al pescador y al intermediario mayorista I que viene de las poblaciones internas; lo almacena en cavas o en congeladores comerciales durante un período de tiempo entre 1 y 2 días, a excepción de los mariscos como Camarón, Caracol, Langostinos y Ostras que pueden durar hasta 10 días o más, porque algunos como el Caracol, Camarón y Langostino son sometidos a un proceso de cocción y pelado.

Este mayorista luego le vende a intermediarios mayoristas II que operan en los centros de consumo de Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Sincelejo, Cartagena, Santa Marta, Ciénaga y Bosconia: Es preciso señalar que el producto es entregado en los centros de consumo y por lo tanto los costos de transporte y conservación corren por cuenta del mayorista I. Posteriormente los mayoristas II distribuyen a los minoristas II, restaurantes, hoteles, coctelerías, pescaderías y supermercados, quienes a su vez venden el producto al consumidor final en cada centro de consumo.

Por otra parte el intermediario minorista I compra en los mismos centros de acopio para luego vender a los mayoristas I de Pueblo Viejo, Tasajera, Isla del Rosario y Palmira. Además también compran los intermediarios minoristas II, que vienen de otros centros de consumo como son: La Zona Bananera de Santa Marta, Ciénaga, Santa Marta y Barranquilla. Quienes a su vez venden el producto directamente al consumidor final en cada uno de los centros de consumo. El costo del transporte y conservación corre por cuenta del minorista II.

En esta cadena de intermediarios los mayoristas movilizan o comercializan el mayor volumen del producto, un 66,07% y los minoristas un 33,93%.

En la Tabla 11 y en la Gráfica 16 y Anexo B, se puede observar que el mayor porcentaje (38,41%) de la producción que se comercializa a través de Pueblo Viejo tiene como destino la ciudad de Santa Marta, debido a que ésta por ser una ciudad turística tiene una mayor demanda del producto pesquero por los hoteles y restaurantes; le sigue la ciudad de Bogotá, en ésta porque se tiene una preferencia por los mariscos como Camarón, Caracol, Ostras y Langostinos; hay que tener en cuenta que en Pueblo Viejo se comercializa un porcentaje representativo de estos productos.

Los menores porcentajes (0,06% y 0,36%) de comercialización lo tienen Bosconia y Bucaramanga, debido a que son un hotel y una coctelería

respectivamente, que poseen conexiones o son clientes de un mayorista I de Pueblo Viejo que le envía el producto.

3.3.1.2 Población Isla del Rosario.

En ésta población la distribución se inicia en los desembarcaderos donde llega el producto que proviene de los siguientes sitios: Boca de la Barra, Boquerón, Boca de Río Frío, López, Rincón Guapo y de las poblaciones internas de la ciénaga (Bocas de Aracataca, Buena Vista Y Nueva Venecia).

El intermediario mayorista I que reside en Isla del Rosario compra el producto al pescador y al intermediario mayorista I que viene de las poblaciones internas, lo almacena en cavas o congeladores comerciales durante 1 y 2 días a excepción de los mariscos los cuales pueden durar más días si son sometidos al proceso de cocción y pelado. Este, luego lo vende a intermediario mayorista II que operan en los centros de consumo de Barranquilla, Bucaramanga, Cartagena, Riohacha, Santa Marta, Ciénaga y Fundación, este producto es entregado por los mayorista I en los respectivos centros de consumo, por ende el costo de transporte y conservación corre por cuenta del mayorista I.

Los mayoristas II distribuyen el producto a los minoristas II, restaurantes, hoteles, coctelerías, pescaderías y supermercados, quienes a su vez venden el producto al consumidor final en cada centro de consumo.

El intermediario minorista I compra el producto en los mismos centros de acopio y luego los vende al mayorista I de Pueblo Viejo, Isla del Rosario, Palmira y Tasajera. A estos centros de acopio también llegan los minoristas II que vienen de otros centros de consumo como son: Zona Bananera de Santa Marta, Ciénaga, Santa Marta y Barranquilla, quienes a su vez venden el producto directamente a la comunidad quien va a ser el consumidor final en cada uno de los centros de consumo. El gasto de transporte y conservación corre por cuenta del minorista II.

En ésta población el mayor volumen del producto lo comercializan los minoristas en un 52,53 % debido a que es mayor el número de minoristas; mientras que los mayoristas comercializan un 47,47%.

En la población de Isla del Rosario el mayor volumen de producto comercializado (25,26%) tiene como destino la ciudad de Santa Marta, ya sea porque con su característica de centro turístico tiene una alta demanda por parte de hoteles y restaurantes, lo sigue en este orden Barranquilla, Ciénaga y Riohacha. (Véase Tabla 12 y Gráfica 17 y Anexo C).

3.3.1.3 Población Palmira.

El producto pesquero que se acopia en la población de Palmira proviene de sitios pesqueros conocidos como: Barra Vieja, Majagualito, Haguey Mahoma y las poblaciones internas de la ciénaga. Aquí en los desembarcaderos de la población compran directamente al pescador los intermediarios mayoristas I, minoristas I y minoristas II.

Los mayoristas I distribuyen el producto a intermediarios mayoristas II ubicados en los centros de consumo, como son: Barranquilla, Bogotá, Montería, Valledupar, Santa Marta y Ciénaga, quienes a su vez transfieren la mercancía a minoristas II, restaurantes, pescaderías, coctelerías de otras ciudades que luego venden al consumidor final.

Los minoristas I compran el producto al pescador para luego venderlo al mayorista I de las poblaciones de Tasajera, Palmira, Isla del Rosario y Pueblo Viejo. Los minoristas II provenientes de otros centros de consumo, más concretamente de: Ciénaga, Santa Marta y Barranquilla; compran el producto al pescador y luego lo venden directamente al consumidor final, bien sea en la plaza de mercado, por la calles o en su casa.

El costo de transporte y conservación del producto es asumido por el mayorista I y el minorista II. El minorista I no tiene gastos de transporte y conservación porque el compra y vende aquí mismo en la población.

En ésta población la mayor cantidad del producto pesquero es comercializado por los minoristas, ellos comercializan un 63,27%, mientras que los mayoristas comercializan un 36,73%.

En la población de Palmira el mayor porcentaje (44,61%) del producto que se comercializa tiene como destino la ciudad de Barranquilla, le sigue en su orden las poblaciones externas de la C.G.S.M, porque aquí la mayoría de los pescadores se dedican a la extracción de Ostras, Caracol, Camarón

y por eso los mayoristas I de las poblaciones externas (Tasajera, Isla y Pueblo Viejo) se abastecen de estos productos para luego distribuirlos.

El menor porcentaje (0,78% y 2,5%) del volumen tienen como destino las ciudades de Valledupar y Montería, porque son coctelerías, clientes de un mayorista I de la población que le envía el producto a las respectivas ciudades. (Véase Tabla 13 y Gráfica 18 y Anexo D).

3.3.1.4 Población Tasajera.

La población de Tasajera es el centro de acopio más importante en la C.G.S.M, por eso es donde se nota el mayor número de intermediarios y por ende la mayor cantidad de producto comercializado.

El producto que llega a esta población proviene de todos los sitios pesqueros de la C.G.S.M y además de las poblaciones internas (Bocas de Aracataca, Buena Vista y Nueva Venecia).

El mayorista I compra el producto al pescador y al mayorista I de las poblaciones internas, lo almacena en cavas o congeladores comerciales durante un período de tiempo entre 1 y 2 días a excepción de los mariscos que pueden durar más días. Este, luego vende el producto a los mayoristas II que operan en los diferentes centros de consumo de: Barranquilla, Bogotá, Bucaramanga, Cartagena, Valledupar, Cúcuta, Santa Marta, Ciénaga, Fundación, al igual que las otras poblaciones. El producto

es entregado en los respectivos centros de consumo, los costos de transporte y conservación corren por cuenta del mayorista I.

Posteriormente los mayoristas II distribuyen a los minoristas II, restaurantes, hoteles, coctelerías, pescaderías, supermercados, quienes a su vez venden el producto al consumidor final en cada centro de consumo.

El intermediario minorista I compra en los mismos centros de acopio y luego lo vende a los mayoristas I de Pueblo Viejo, Isla del Rosario, Palmira y Tasajera. A estos centros de acopio también llegan los minoristas II que vienen de otros centros de consumo como son: Zona Bananera de Santa Marta, Ciénaga, Santa Marta, Barranquilla; quienes a su vez venden el producto directamente a la comunidad o consumidor final del producto en cada uno de los centros de consumo. El gasto de transporte y conservación corre por cuenta del minorista II.

En este centro de acopio el mayor volumen de producto es comercializado a través de los intermediarios minoristas con un 54,42% por la existencia de un mayor número de minoristas, mientras que los mayoristas comercializan el 45,58%.

Tasajera es el centro de acopio más importante de la zona, por aquí es donde se comercializa el mayor volumen de producto pesquero.

El mayor porcentaje (53,09%) del producto tiene como destino Barranquilla por ser un centro de consumo con mayor demanda de las

especies comercializadas y porque se obtiene a muy buen precio, le sigue la Zona Bananera del Magdalena.

Desde Tasajera se lleva producto aunque en menor proporción a las ciudades del centro del país como son: Bogotá,

Bucaramanga, Cúcuta y a las ciudades de la costa norte como Santa Marta, Cartagena, Valledupar, Ciénaga, Fundación y Aracataca. (Véase Tabla 14 y Gráfica19 y Anexo E).

3.3.1.5 Población Bocas de Aracataca.

El producto pesquero que se acopia en esta población proviene de los sitios pesqueros: Bocas de Aracataca, Rincón Guapo, Mengajo, Río Ají, Palenque, Punta Blanca y Congo. El producto es recibido en los desembarcaderos por los mayoristas I y minoristas I, este minorista compra y luego lo vende al mayorista I. Este a su vez distribuye el producto a los mayoristas I ubicados en las poblaciones externas de la C.G.S.M, éstos les venden el producto a los mayoristas II y minoristas II que están ubicados en los centros de consumo de Barranquilla, Santa Marta, Ciénaga y la Zona Bananera del Magdalena, estos intermediarios distribuyen la mercancía en los hoteles, restaurantes, pescaderías, quienes lo hacen llegar al consumidor final o también por intermedio de la plaza de mercado, por la calle, caso concreto de los minoristas II.

Los costos de transporte y conservación corren por cuenta de los mayoristas I y minoristas II.

En esta población los mayoristas movilizan un 86,66% y los minoristas un 13,34% del total del producto comercializado.

El total del producto que se acopia e Bocas de Aracataca, tiene como destino las poblaciones externas de la C.G.S.M.

Los pocos mayoristas I que operan en esta población surten a los mayoristas I de las poblaciones externas para que estos los distribuyan a los diferentes centros de consumo (Véase Tabla 15 y Gráfica 20 y Anexo F).

3.3.1.6 Población Buena Vista.

En esta población llega el producto proveniente de los siguientes sitios: Caño Grande, La Punta del Caño, Veranillo, La Bodega y Los Muertos. El producto es recibido en los desembarcaderos por los intermediarios mayoristas I y minoristas I.

El mayorista I distribuye el producto a intermediarios mayoristas I de las poblaciones externas de la C.G.S.M.

El intermediario minorista I compra el producto al pescador y luego vende al mayorista I de la población. El mayorista I de la población le vende al

mayorista I de las poblaciones externas de la C.G.S.M, quienes a su vez lo distribuyen al mayorista II de los diferentes centros de consumo, quienes lo distribuyen a los minoristas II, hoteles, restaurantes y pescaderías y los que a su vez transfieren el producto al consumidor final.

El mayorista I de las poblaciones externas, también le vende a los minoristas II de otros centros de consumo, los cuales venden el producto directamente al consumidor final, bien sea por intermedio de las plazas de mercado, en su casa, por la calle, etc. El costo de transporte y conservación es asumido por el minorista II y el mayorista I.

En esta población la mayor cantidad de producto es comercializada por los mayoristas con un 69,55% y los minoristas con 30,45%.

En la población de Buena Vista, el mayor porcentaje (59,64%) del producto que se comercializa tiene como destino las poblaciones externas de la C.G.S.M y un 40,36% para la ciudad de Barranquilla por que existen intermediarios mayoristas I de la población que tiene relaciones de intercambio comercial con este centro de consumo, por ejemplo los dueños de tienda que a su vez son mayoristas I llevan productos hasta Barranquilla y al mismo tiempo traen víveres, ranchos y licores para la tienda. (Véase Tabla 16 y Gráfica 21 y Anexo G).

3.3.1.7 Población Nueva Venecia.

El producto pesquero que se acopia en esta población proviene de los sitios pesqueros: Ciénaga de Pajalar, Palo Blanco, Las Mujeres y Las Garzas. El producto es recibido en los desembarcaderos o en los mismos sitios de pesca por los mayoristas I y minoristas I de la población y mayoristas II y minoristas II de Sitio Nuevo, éstos los llevan hasta el municipio de Sitio Nuevo y lo distribuyen en la plaza de mercado o por la calle directamente al consumidor final.

El minorista I le vende al mayorista I de la población; estos mayoristas le venden el producto a los mayoristas I de las poblaciones externas de la C.G.S.M, quienes a su vez lo distribuyen a los mayoristas II y minoristas II de los centros de consumo de las ciudades de Barranquilla, Santa Marta y Ciénaga.

En esta población el mayor porcentaje (51,43%) del producto tiene como destino el municipio de Sitio Nuevo debido a que un gran número de intermediarios de este municipio llega hasta esta población a comprar productos pesqueros y que luego distribuyen en el municipio y sus alrededores. También sale un porcentaje representativo (31,37%) para Barranquilla, esto es porque en esta ciudad está el potencial de consumo de Lisa Seca. Los más bajos porcentajes tiene como destino Ciénaga y Sabanalarga, porque son casos especiales en que los mayoristas I tienen clientes al cual le envían el producto. De aquí también sale producto para las poblaciones externas de la C.G.S.M (12,11%). (Véase Tabla 17 y Gráfica 22 y Anexo H).

TABLA 11.

DESTINOS DEL PRODUCTO PESQUERO DE PUEBLO VIEJO.

DESTINO	CANTIDAD (Kg)	%
BARRANQUILLA	738.4	13.91
BOGOTA	1054	19.85
BOSCONIA	3.3	0.06
BUCARAMANGA	19	0.36
CARTAGENA	71.5	1.35
CIENAGA	366	6.89
POBLACIONES EXTERIORES DE LA C.G.S.M.	562.8	10.60
SANTA MARTA	2036.1	38.41
SINCELEJO	115.2	2.17
ZONA BANANERA DE SANTA MARTA	339.6	6.40
TOTAL	5308.9	100%

Fuente: Los Autores

TABLA 12.

DESTINOS DEL PRODUCTO PESQUERO DE ISLA DEL ROSARIO.

DESTINO	CANTIDAD (Kg)	%
ARACATACA	10	0.30
BARRANQUILLA	652.7	21.96
BUCARAMANGA	125.4	4.22
CARTAGENA	50	1.68
CIENAGA	518.2	17.44
FUNDACION	130	4.37
POBLACIONES EXTERIORES DE LA C.G.S.M	99	3.34
RIOHACHA	348.9	11.74
SANTA MARTA	750.8	25.26
ZONA BANANERA DE SANTA MARTA	286.9	9.65
TOTAL	2971.9	100%

TABLA 13.

DESTINOS DEL PRODUCTO PESQUERO DE PALMIRA

DESTINO	CANTIDAD (Kg)	%
BARRANQUILLA	1783.1	44.61
BOGOTA	525.5	13.15
CIENAGA	16.66	2.56
MONTERIA	100	2.50
POBLACIONES EXTERIORES DE LA C.G.S.M	789.1	19.74
SANTA MARTA	666	16.66
VALLEDUPAR	31	0.78
TOTAL	2971.9	100%

Fuente: Los Autores.

TABLA 14.

DESTINOS DEL PRODUCTO PESQUERO DE TASAJERA

DESTINO	CANTIDAD (Kg)	%
ARACATACA	135.1	0.66
BARRANQUILLA	10827.8	53.09
BOGOTA	1461.6	7.17
BUCARAMANGA	221.3	1.09
CARTAGENA	750	3.68
CESAR	67.2	0.33
CIENAGA	1721.3	8.44
CÚCUTA	475	2.33
FUNDACION	632	3.10
POBLACIONES EXTERNAS DE LA C.G.S.M	796.2	3.90
SANTA MARTA	858.7	4.21
VALLEDUPAR	38.5	0.19
ZONA BANANERA DE SANTA MARTA	2409.4	11.81
TOTAL	20394.1	100%

Fuente: Los Autores.

TABLA 15.
**DESTINOS DEL PRODUCTO PESQUERO DE BOCAS DE
 ARACATACA.**

DESTINO	CANTIDAD (Kg)	%
POBLACIONES EXTERIORES DE LA C.G.S.M	4772.3	100
TOTAL	4772.3	100%

Fuente: Los Autores.

TABLA 16.
DESTINOS DEL PRODUCTO PESQUERO DE BUENA VISTA.

DESTINO	CANTIDAD (Kg)	%
BARRANQUILLA	1072.2	40.36
POBLACIONES EXTERIORES DE LA C.G.S.M	1584.3	59.64
TOTAL	2656.5	100%

Fuente: Los Autores.

TABLA 17.
DESTINOS DEL PRODUCTO PESQUERO DE NUEVA VENECIA.

DESTINO	CANTIDAD (Kg)	%
BARRANQUILLA	3697.6	31.37
CIENAGA	283.8	2.41
POBLACIONES EXTERIORES DE LA C.G.S.M	1427.7	12.11
SABANALARGA	316.5	2.68
SITIO NUEVO	6062.4	51.43
TOTAL	11788	100%

Fuente: Los Autores.

3.3.2 Distribución de especies por destino y/o demanda de los centros de consumo por las especies.

3.3.2.1 Pueblo Viejo

En esta población el gran centro de consumo viene a ser la ciudad de Santa Marta: ya que consume en mayor volumen las siguientes especies: Mojarra Grande, Gallina y Platera, Camarón procesado, Lebranche grande y mediano, Caracol, Langostino, Almeja, Lisa mediana, Róbalo grande y Coroncoro grande y pequeño.

Ciénaga consume en mayor cantidad la Mojarra Dudosa y Mosa y Chivo mediano y pequeño.

Barranquilla se inclina en adquirir mayor cantidad de Chivo grande y Róbalo mediano.

La Ostra sale en mayor proporción (79.6%) para la ciudad de Bogotá.

Para la Zona Bananera de Santa Marta se distribuye en mayor cantidad el Lebranche pequeño. (Véase Tabla 18).

3.3.2.2 Isla del Rosario.

En la población de Isla del Rosario de las diferentes especies capturadas y comercializadas, la Mojarra grande y dudosa, el Macabí grande, El

Coroncoro y Róbalo pequeño y la Lisa pequeña tienen como principal centro de consumo el municipio de Ciénaga.

La Mojarra Gallina, el Róbalo grande, el Lebranche mediano, Camarón procesado y sin procesar van destinado en mayor volumen hacia la ciudad de Barranquilla.

Riohacha tiene gran demanda hacia el Caracol.

A Santa Marta sale en mayor cantidad la Mojarra Platera y Mosa, el Chivo grande, la Lisa mediana y las Ostras.

A Fundación se lleva la mayoría de Lebranche, Sábalo grande y Langostinos.

El Chivo pequeño, Macabí mediano y pequeño, la Lisa grande, el Róbalo y Coroncoro mediano y el Mapalé pequeño son las especies que en mayor volumen se distribuyen en las poblaciones de la Zona Bananera de Santa Marta. (Véase Tabla 19).

3.3.2.3 Palmira.

De esta población las especies que son consumida en mayor volumen en la ciudad de Santa Marta son: la Mojarra Gallina, Platera, Dudosa, Mosa y pequeña, el Lebranche grande y mediano, la Lisa grande, Róbalo grande y mediano y el Coroncoro grande.

En la ciudad de Barranquilla se demanda en mayor proporción la Mojarra grande, Camarón procesado, Caracol, Ostra, el Chivo y Róbalo pequeño. El municipio de Ciénaga adquiere en mayor cantidad el Macabí pequeño. (Véase Tabla 20).

3.3.2.4 Tasajera.

La ciudad de Barranquilla es el gran centro de consumo de las diferentes especies que se comercializan en esta población, y consumen en mayor proporción que los demás centro de consumo las siguientes especies: Mojarra grande, Gallina, Platera, Dudosa y Mosa, Ronca mediana y pequeña, Palometa, Cherest, Camarón sin procesar, Lebranche grande, mediano y pequeño, Chivo grande, mediano y pequeño, Macabí grande, Lisa mediana y pequeña, Róbalo grande mediano y pequeño, Coroncoro grande y el Sábalo mediano.

La ciudad de Bogotá se inclina en mayor volumen por el Caracol, el Macabí mediano y pequeño y el Sábalo grande.

Fundación requiere en mayor cantidad el Coroncoro mediano mientras que Ciénaga lo hace con el Mapalé grande y pequeño. (Véase Tabla 21).

3.3.2.5 Bocas de Aracataca.

De esta población todas las especies que se comercializan son distribuidas para las poblaciones externas de la C.G.S.M. (Véase Tabla 22).

3.3.2.6 Buena Vista.

En esta población la Mojarra grande, el Lebranche y Chivo grande, Lisa pequeña, Coroncoro mediano y pequeño, y el Sábalo grande: tienen en mayor proporción como centro de consumo la ciudad de Barranquilla. El resto de las especies comercializadas tienen como destino en mayor cantidad las poblaciones externas de la C.G.S.M. (Véase Tabla 23).

3.3.2.7 Nueva Venecia.

Entre todas las especies comercializadas en esta población: la Lisa seca, el Chivo mediano y el Mapalé pequeño tienen su gran centro de consumo en la ciudad de Barranquilla.

La Mojarra platera y Mosa, el Macaco, el Chivo pequeño la Lisa fresca pequeña, el Mapalé mediano, Sábalo grande, mediano y pequeño son demandados en mayor proporción por el municipio de Sitio Nuevo.

El resto de las especies son distribuidas entre las poblaciones externas de la C.G.S.M. (Véase Tabla 24).



TABLA 18.

PUEBLO VIEJO - DISTRIBUCIÓN DE ESPECIES POR DESTINO.

ESPECIE	DESTINO	CANTIDAD (Kg)
ALMEJA	BAR	50
ALMEJA	CIP	90
ALMEJA	STM	85,4
CAMARON PROCESADO	BAR	80,5
CAMARON PROCESADO	BOG	105
CAMARON PROCESADO	BOS	3,3
CAMARON PROCESADO	BUC	6,5
CAMARON PROCESADO	CAR	5
CAMARON PROCESADO	CIP	16
CAMARON PROCESADO	SIN	11,4
CAMARON PROCESADO	STM	371,6
CAMARON SIN PROCESAR	BAR	116,6
CAMARON SIN PROCESAR	CIE	78,5
CAMARON SIN PROCESAR	CIP	282,5
CAMARON SIN PROCESAR	STM	124,5
CARACOL	BAR	85,8
CARACOL	BOG	150
CARACOL	CAR	22,7
CARACOL	CIE	45,4
CARACOL	CIP	3,6
CARACOL	STM	178,8
CHIVO GRANDE	BAR	180
CHIVO GRANDE	CIE	51,2
CHIVO GRANDE	CIP	17,5
CHIVO GRANDE	STM	165
CHIVO GRANDE	ZBA	19,5
CHIVO MEDIANO	CIE	51,9
CHIVO MEDIANO	CIP	19,8
CHIVO PEQUEÑO	CIE	29,4
CHIVO PEQUEÑO	CIP	7,9
CHIVO PEQUEÑO	STM	20,6
CORONCORO GRANDE	STM	10
CORONCORO PEQUEÑO	STM	7,5
LANGOSTINO	BAR	23,5
LANGOSTINO	CIP	13,6
LANGOSTINO	STM	61,7
LEBRANCHE GRANDE	CIP	6,7

(Continuación de la Tabla 18)

LEBRANCHE GRANDE	STM	11,2
LEBRANCHE GRANDE	ZBA	6,8
LEBRANCHE MEDIANO	STM	101,2
LEBRANCHE PEQUEÑO	ZBA	38,3
LISA GRANDE	CIE	31,3
LISA GRANDE	CIP	15
LISA GRANDE	STM	31,2
LISA MEDIANA	STM	62,5
LISA PEQUEÑA	CIE	21,2
LISA PEQUEÑA	CIP	43,7
MOJARRA DUDOSA	CIE	28,7
MOJARRA DUDOSA	ZBA	75
MOJARRA GALLINA	BAR	15
MOJARRA GALLINA	CIE	3
MOJARRA GALLINA	CIP	6
MOJARRA GALLINA	STM	217,5
MOJARRA GRANDE	BAR	50
MOJARRA GRANDE	CIP	8
MOJARRA GRANDE	SIN	60
MOJARRA GRANDE	STM	270
MOJARRA GRANDE	ZBA	200
MOJARRA MOSA	CIE	3,4
MOJARRA MOSA	CIP	1
MOJARRA PLATERA	CIE	22
MOJARRA PLATERA	STM	22,5
OSTRAS	BAR	31,6
OSTRAS	BOG	699
OSTRAS	BUC	12,5
OSTRAS	CAR	43,8
OSTRAS	CIP	30,8
OSTRAS	SIN	43,8
OSTRAS	STM	48,2
ROBALO GRANDE	BAR	95,4
ROBALO GRANDE	BOG	100
ROBALO GRANDE	STM	242,2
ROBALO MEDIANO	BAR	10
ROBALO MEDIANO	STM	7,5
RONCA MEDIANA	CIP	0,7

Fuente: Los Autores.

TABLA 19.

ISLAS DEL ROSARIO - DISTRIBUCIÓN DE ESPECIES POR DESTINO.

ESPECIE	DESTINO	CANTIDAD
ALMEJA	BUC	1,6
ALMEJA	STM	32,5
CAMARON PROCESADO	BAR	35
CAMARON PROCESADO	BUC	20
CAMARON PROCESADO	CIP	1,5
CAMARON PROCESADO	RIO	7,1
CAMARON SIN PROCESAR	ARA	10
CAMARON SIN PROCESAR	BAR	254,5
CAMARON SIN PROCESAR	BUC	15
CAMARON SIN PROCESAR	CIE	10,6
CAMARON SIN PROCESAR	CIP	35
CAMARON SIN PROCESAR	STM	202,1
CARACOL	BAR	80
CARACOL	BUC	30
CARACOL	CIE	10
CARACOL	RIO	229,2
CARACOL	STM	32,1
CHEREST	STM	2,5
CHIVO GRANDE	BUC	5
CHIVO GRANDE	STM	25
CHIVO PEQUEÑO	ZBA	11,2
CORONCORO MEDIANO	ZBA	3,7
CORONCORO PEQUEÑO	CIE	16,5
CORONCORO PEQUEÑO	STM	13
JAIBA AZUL	CAR	50
JAIBA AZUL	CIP	50
LANGOSTINO	BUC	2,5
LANGOSTINO	FUN	10
LEBRANCHE GRANDE	BAR	6,7
LEBRANCHE GRANDE	CIE	11,2
LEBRANCHE GRANDE	FUN	112,5
LEBRANCHE GRANDE	STM	6,7
LEBRANCHE MEDIANO	BAR	37
LEBRANCHE MEDIANO	BUC	4,5
LEBRANCHE MEDIANO	CIE	4,5
LISA GRANDE	BAR	37,5
LISA GRANDE	CIE	18,7
LISA GRANDE	RIO	89,2
LISA GRANDE	ZBA	93,7
LISA MEDIANA	CIE	7,5
LISA MEDIANA	STM	140
LISA PEQUEÑA	BUC	15,6

Continuación de la Tabla 19

LISA PEQUEÑA	CIE	101,4
LISA PEQUEÑA	STM	87,5
LISA PEQUEÑA	ZBA	43,7
MACABI GRANDE	CIE	25
MACABI GRANDE	ZBA	6,2
MACABI MEDIANO	STM	16
MACABI MEDIANO	ZBA	35
MACABI PEQUEÑO	ZBA	25
MAPALE PEQUEÑO	ZBA	9,3
MOJARRA DUDOSA	BAR	7,5
MOJARRA DUDOSA	CIE	88,9
MOJARRA DUDOSA	STM	37,4
MOJARRA DUDOSA	ZBA	35,1
MOJARRA GALLINA	BAR	42
MOJARRA GALLINA	CIE	7,5
MOJARRA GALLINA	CIP	3
MOJARRA GRANDE	BAR	40
MOJARRA GRANDE	CIE	110
MOJARRA GRANDE	CIP	2
MOJARRA MOSA	CIE	2,7
MOJARRA MOSA	STM	18,7
MOJARRA PLATERA	BAR	52,5
MOJARRA PLATERA	BUC	11,2
MOJARRA PLATERA	CIE	10
MOJARRA PLATERA	CIP	5
MOJARRA PLATERA	RIO	22,5
MOJARRA PLATERA	STM	56,2
OSTRAS	RIO	0,9
OSTRAS	STM	9,6
ROBALO GRANDE	BAR	60
ROBALO GRANDE	BUC	20
ROBALO GRANDE	CIE	32
ROBALO GRANDE	STM	32,5
ROBALO MEDIANO	CIE	18,2
ROBALO MEDIANO	CIP	2,5
ROBALO MEDIANO	STM	19
ROBALO MEDIANO	ZBA	24
ROBALO PEQUEÑO	CIE	43,5
ROBALO PEQUEÑO	STM	20
SABALO GRANDE	FUN	7,5

Fuente: Los Autores.

TABLA 20.

Palmira - Distribución de Especies por Destino.

ESPECIE	DESTINO	CANTIDAD (Kg)
ALMEJA	MON	20
CAMARON PROCESADO	BAR	50,1
CAMARON PROCESADO	STM	5,3
CAMARON SIN PROCESAR	CIP	2,3
CAMARON SIN PROCESAR	VAL	4,6
CARACOL	BAR	486,9
CARACOL	BOG	113
CARACOL	CIE	20,6
CARACOL	CIP	170,5
CARACOL	MON	25
CARACOL	STM	16,1
CHIVO GRANDE	BAR	10
CHIVO GRANDE	STM	10
CHIVO PEQUEÑO	BAR	30
CORONCOCO GRANDE	STM	30
JAIBA AZUL	CIP	500
LEBRANCHE GRANDE	BAR	622,5
LEBRANCHE GRANDE	STM	57,3
LEBRANCHE MEDIANO	STM	21,3
LISA GRANDE	BAR	37,5
LISA GRANDE	CIE	12,5
LISA GRANDE	STM	50
MACABI PEQUEÑO	CIE	45
MOJARRA DUDOSA	STM	10
MOJARRA GALLINA	BAR	40,5
MOJARRA GALLINA	STM	115
MOJARRA GRANDE	BAR	130
MOJARRA GRANDE	STM	60
MOJARRA MOSA	STM	10
MOJARRA PEQUEÑA	STM	7,5
MOJARRA PLATERA	BAR	12
MOJARRA PLATERA	CIE	0
MOJARRA PLATERA	STM	112,5
OSTRAS	BAR	948,6
OSTRAS	BOG	412,5
OSTRAS	CIE	23,8
OSTRAS	CIP	116,3
OSTRAS	MON	55
OSTRAS	STM	75
OSTRAS	VAL	26,4
ROBALO GRANDE	STM	18
ROBALO MEDIANO	STM	68
ROBALO PEQUEÑO	BAR	15

Fuente: Los Autores.

TABLA 21.

TASAJERA - DISTRIBUCIÓN DE ESPECIES POR DESTINO.

ESPECIE	DESTINO	CANTIDAD(Kg)
BOCONA	BAR	400
CAMARON PROCESADO	BUC	7,5
CAMARON SIN PROCESAR	BAR	102
CAMARON SIN PROCESAR	BUC	80
CARACOL	BOG	134,3
CARRURA	ZBA	17,7
CHEREST	ARA	3
CHEREST	BAR	60,5
CHEREST	CIE	108
CHEREST	STM	1,2
CHEREST	ZBA	19,8
CHIVO GRANDE	BAR	1211,5
CHIVO GRANDE	BUC	40
CHIVO GRANDE	CES	13
CHIVO GRANDE	CIE	58,8
CHIVO GRANDE	CIP	80
CHIVO GRANDE	STM	130
CHIVO GRANDE	ZBA	79,9
CHIVO MEDIANO	ARA	45
CHIVO MEDIANO	BAR	669,8
CHIVO MEDIANO	BOG	68,8
CHIVO MEDIANO	CIE	22,5
CHIVO MEDIANO	FUN	33,7
CHIVO MEDIANO	STM	30,8
CHIVO MEDIANO	ZBA	146,2
CHIVO PEQUEÑO	BAR	104,5
CHIVO PEQUEÑO	CIE	54,1
CHIVO PEQUEÑO	FUN	30
CHIVO PEQUEÑO	STM	33,8
CHIVO PEQUEÑO	ZBA	48,5
CORONCORO GRANDE	BAR	20
CORONCORO GRANDE	CIE	13,7
CORONCORO GRANDE	STM	10
CORONCORO MEDIANO	BAR	10
CORONCORO MEDIANO	CIE	19,7
CORONCORO MEDIANO	FUN	21,2
CORONCORO MEDIANO	ZBA	7,5

(Continuación de la Tabla 21)

CORONCORO PEQUEÑO	BAR	24,4
CORONCORO PEQUEÑO	CES	7,5
CORONCORO PEQUEÑO	CIE	36,9
CORONCORO PEQUEÑO	FUN	108,8
CORONCORO PEQUEÑO	STM	11,2
CORONCORO PEQUEÑO	ZBA	606,8
LANGOSTINO	BAR	13,5
LEBRANCHE GRANDE	BAR	290,4
LEBRANCHE GRANDE	BUC	33,8
LEBRANCHE GRANDE	CIE	22,5
LEBRANCHE GRANDE	CIP	56,2
LEBRANCHE GRANDE	FUN	11,2
LEBRANCHE GRANDE	STM	45
LEBRANCHE GRANDE	VAL	22,5
LEBRANCHE GRANDE	ZBA	2,2
LEBRANCHE MEDIANO	BAR	289
LEBRANCHE MEDIANO	CIE	12,6
LEBRANCHE MEDIANO	CIP	45
LEBRANCHE MEDIANO	CUC	225
LEBRANCHE MEDIANO	FUN	4,5
LEBRANCHE MEDIANO	STM	43,8
LEBRANCHE MEDIANO	ZBA	22,5
LEBRANCHE PEQUEÑO	BAR	5
LEBRANCHE PEQUEÑO	CES	2,4
LISA MEDIANA	BAR	617,6
LISA MEDIANA	BOG	250
LISA MEDIANA	CIE	256,8
LISA MEDIANA	FUN	3,8
LISA MEDIANA	STM	38,8
LISA MEDIANA	ZBA	238,8
LISA PEQUEÑA	ARA	33,8
LISA PEQUEÑA	BAR	136,2
LISA PEQUEÑA	CAR	750
LISA PEQUEÑA	CIE	81,8
LISA PEQUEÑA	FUN	125
LISA PEQUEÑA	STM	19
LISA PEQUEÑA	ZBA	81,7
MACABI GRANDE	BAR	52,5
MACABI GRANDE	CIE	15
MACABI GRANDE	FUN	6,3

(Continuación de la Tabla 21)

MACABI GRANDE	ZBA	0,2
MACABI MEDIANO	BAR	24
MACABI MEDIANO	BOG	125
MACABI MEDIANO	CIE	16
MACABI MEDIANO	FUN	25
MACABI MEDIANO	STM	32,5
MACABI MEDIANO	ZBA	108,1
MACABI PEQUEÑO	ARA	10
MACABI PEQUEÑO	BAR	212,4
MACABI PEQUEÑO	BOG	400
MACABI PEQUEÑO	CIE	280,2
MACABI PEQUEÑO	FUN	32,5
MACABI PEQUEÑO	STM	30
MACABI PEQUEÑO	ZBA	217,5
MAPALE GRANDE	BAR	10
MAPALE GRANDE	CIE	45
MAPALE GRANDE	FUN	15
MAPALE GRANDE	ZBA	32,5
MAPALE MEDIANO	BAR	84,4
MAPALE MEDIANO	BOG	37,5
MAPALE MEDIANO	CIE	161,9
MAPALE MEDIANO	FUN	62,6
MAPALE MEDIANO	STM	20
MAPALE MEDIANO	ZBA	262,6
MAPALE PEQUEÑO	BAR	75
MAPALE PEQUEÑO	CIE	95,5
MAPALE PEQUEÑO	STM	10
MAPALE PEQUEÑO	ZBA	7,5
MOJARRA DUDOSA	BAR	611,1
MOJARRA DUDOSA	BOG	25
MOJARRA DUDOSA	CIE	57
MOJARRA DUDOSA	CIP	25
MOJARRA DUDOSA	FUN	41,2
MOJARRA DUDOSA	STM	38
MOJARRA DUDOSA	ZBA	68
MOJARRA GALLINA	BAR	1325
MOJARRA GALLINA	BOG	25
MOJARRA GALLINA	CES	25,5

(Continuación de la Tabla 21)

MOJARRA GALLINA	CIE	37,5
MOJARRA GALLINA	CIP	60
MOJARRA GALLINA	STM	66
MOJARRA GALLINA	ZBA	27,5
MOJARRA GRANDE	BAR	2128,2
MOJARRA GRANDE	BOG	38
MOJARRA GRANDE	BUC	30
MOJARRA GRANDE	CIE	45
MOJARRA GRANDE	CIP	370
MOJARRA GRANDE	CUC	200
MOJARRA GRANDE	STM	90
MOJARRA GRANDE	VAL	6
MOJARRA GRANDE	ZBA	54
MOJARRA MOSA	ARA	12
MOJARRA MOSA	BAR	334,8
MOJARRA MOSA	CES	3,8
MOJARRA MOSA	CIE	112,8
MOJARRA MOSA	FUN	56,4
MOJARRA MOSA	STM	17,5
MOJARRA MOSA	ZBA	146,4
MOJARRA PEQUEÑA	BAR	7,5
MOJARRA PEQUEÑA	CIE	7,5
MOJARRA PEQUEÑA	ZBA	22,6
MOJARRA PLATERA	BAR	604,7
MOJARRA PLATERA	BOG	115,5
MOJARRA PLATERA	CES	15
MOJARRA PLATERA	CIE	82,2
MOJARRA PLATERA	CIP	60
MOJARRA PLATERA	FUN	30
MOJARRA PLATERA	STM	51,5
MOJARRA PLATERA	ZBA	3
PALOMETA	BAR	43,8
ROBALO GRANDE	BAR	469
ROBALO GRANDE	BOG	30
ROBALO GRANDE	BUC	30
ROBALO GRANDE	CIP	100
ROBALO GRANDE	CUC	50
ROBALO GRANDE	STM	93

(Continuación de la Tabla 21)

ROBALO GRANDE	VAL	10
ROBALO MEDIANO	ARA	6,3
ROBALO MEDIANO	BAR	144,5
ROBALO MEDIANO	CIE	8,8
ROBALO MEDIANO	ZBA	20
ROBALO PEQUEÑO	BAR	350,8
ROBALO PEQUEÑO	BOG	50
ROBALO PEQUEÑO	CIE	36,3
ROBALO PEQUEÑO	FUN	6
ROBALO PEQUEÑO	STM	25,7
ROBALO PEQUEÑO	ZBA	114,6
RONCA MEDIANA	BAR	164,7
RONCA MEDIANA	CIE	3,8
RONCA MEDIANA	ZBA	10,5
RONCA PEQUEÑA	BAR	61,7
RONCA PEQUEÑA	CIE	9,4
RONCA PEQUEÑA	FUN	18,8
RONCA PEQUEÑA	STM	5,6
RONCA PEQUEÑA	ZBA	32,2
SABALO GRANDE	BOG	162,5
SABALO GRANDE	CIE	20
SABALO GRANDE	ZBA	8
SABALO MEDIANO	ARA	25
SABALO MEDIANO	BAR	169,3
SABALO MEDIANO	STM	15,3
SABALO MEDIANO	ZBA	2,6

Fuente: Los Autores.

TABLA 22.
**BOCAS DE ARACATACA - DISTRIBUCIÓN DE ESPECIES POR
 DESTINO.**

ESPECIE	DESTINO	CANTIDAD (Kgs)
CACHACA	CIP	393,7
CHIVO GRANDE	CIP	187,5
CHIVO MEDIANO	CIP	593,5
CHIVO PEQUEÑO	CIP	175
CORONCORO PEQUEÑO	CIP	62,5
LEBRANCHE GRANDE	CIP	38,2
LEBRANCHE PEQUEÑO	CIP	525,1
LISA MEDIANA	CIP	187,5
LISA PEQUEÑA	CIP	281,2
MAPALE PEQUEÑO	CIP	468,8
MOJARRA DUDOSA	CIP	371,3
MOJARRA GALLINA	CIP	183
MOJARRA GRANDE	CIP	97
MOJARRA MOSA	CIP	181,2
MOJARRA PEQUEÑA	CIP	281,2
MOJARRA PLATERA	CIP	303,8
SABALO GRANDE	CIP	400
SABALO MEDIANO	CIP	34,3
SABALO PEQUEÑO	CIP	7,5

Fuente: Los Autores.

TABLA 23.

BUENA VISTA - DISTRIBUCIÓN DE ESPECIES POR DESTINO.

ESPECIE	DESTINO	CANTIDAD(Kgs)
CAMARON SIN PROCESAR	CIP	220,7
CHIVO GRANDE	BAR	10
CHIVO MEDIANO	CIP	10
CHIVO PEQUEÑO	BAR	50
CHIVO PEQUEÑO	CIP	269,7
CORONCORO MEDIANO	BAR	131,3
CORONCORO PEQUEÑO	BAR	150
LEBRANCHE GRANDE	BAR	46,1
LEBRANCHE MEDIANO	CIP	2
LISA PEQUEÑA	BAR	374,8
LISA PEQUEÑA	CIP	187,6
MACABI MEDIANO	CIP	95
MACABI PEQUEÑO	CIP	125
MAPALE PEQUEÑO	CIP	45
MOJARRA GALLINA	BAR	22,5
MOJARRA GALLINA	CIP	63,8
MOJARRA GRANDE	BAR	30
MOJARRA GRANDE	CIP	28,3
MOJARRA MOSA	BAR	25
MOJARRA MOSA	CIP	131,2
MOJARRA PEQUEÑA	CIP	62,5
MOJARRA PLATERA	BAR	15
MOJARRA PLATERA	CIP	34,3
ROBALO GRANDE	BAR	30
ROBALO GRANDE	CIP	58
ROBALO MEDIANO	CIP	5
RONCA PEQUEÑA	CIP	37,5
SABALO GRANDE	BAR	100
SABALO GRANDE	CIP	83
SABALO MEDIANO	BAR	50
SABALO MEDIANO	CIP	68,8
SABALO PEQUEÑO	BAR	37,5
SABALO PEQUEÑO	CIP	56,9

Fuente: Los Autores.

TABLA 24.

NUEVA VENECIA - DISTRIBUCIÓN DE ESPECIES POR DESTINO.

ESPECIE	DESTINO	CANTIDAD(Kgs)
CHIVO MEDIANO	BAR	196,2
CHIVO MEDIANO	CIP	68,7
CHIVO MEDIANO	SIT	137,4
CHIVO PEQUEÑO	BAR	15,7
CHIVO PEQUEÑO	SIT	58,9
CORONCORO MEDIANO	CIP	33,7
CORONCORO PEQUEÑO	CIP	600
CORONCORO PEQUEÑO	SIT	126,2
LEBRANCHE GRANDE	CIP	29,2
LEBRANCHE PEQUEÑO	CIP	7,5
LISA PEQUEÑA	BAR	22,5
LISA PEQUEÑA	CIP	14,9
LISA PEQUEÑA	SIT	1026,8
LISA SECA MEDIANA	BAR	37
LISA SECA PEQUEÑA	BAR	1562,6
LISA SECA PEQUEÑA	CIE	196,6
LISA SECA PEQUEÑA	CIP	25,5
LISA SECA PEQUEÑA	SAB	204
MACABI MEDIANO	CIP	97,5
MACACO	SIT	50
MAPALE MEDIANO	CIE	53,5
MAPALE MEDIANO	SAB	112,5
MAPALE MEDIANO	SIT	116,2
MAPALE PEQUEÑO	BAR	1712,9
MAPALE PEQUEÑO	CIE	33,7
MAPALE PEQUEÑO	CIP	65,6
MAPALE PEQUEÑO	SIT	1490,2
MOJARRA DUDOSA	CIP	33,7
MOJARRA DUDOSA	SIT	15
MOJARRA GALLINA	CIP	39,7
MOJARRA GRANDE	CIP	89
MOJARRA GRANDE	SIT	20
MOJARRA MOSA	CIP	5
MOJARRA MOSA	SIT	41,2
MOJARRA PLATERA	BAR	52,5
MOJARRA PLATERA	CIP	31,7
MOJARRA PLATERA	SIT	502,2

(Continuación de la Tabla 24)

ROBALO GRANDE	CIP	26
ROBALO PEQUEÑO	CIP	22,5
RONCA PEQUEÑA	CIP	150
RONCA PEQUEÑA	SIT	37,5
SABALO GRANDE	BAR	3,2
SABALO GRANDE	SIT	814,1
SABALO MEDIANO	BAR	30
SABALO MEDIANO	CIP	87,5
SABALO MEDIANO	SIT	1346,7
SABALO PEQUEÑO	BAR	45
SABALO PEQUEÑO	SIT	280

Fuente: Los Autores.

CIP = Poblaciones de la Ciénaga

BAR = Barranquilla

SIN = Sincelejo

STM = Santa Marta

CIE = Ciénaga

CAR = Cartagena

BUC = Bucaramanga

CUC = Cúcuta

BOG = Bogotá

BOS = Bosconia

FUN = Fundación

VAL = Valledupar

RIO = Riohacha

MON = Montería

CES = Cesar

SIT = Sitio Nuevo

ZBA = Zona Bananera

ARA = Aracataca

SAB = Sabanalarga

4 PRECIOS DEL PRODUCTO PESQUERO EN LA C.G.S.M

Se observa que el alto grado de perecibilidad que naturalmente tiene el producto pesquero, la abundancia o escasez de las diferentes especies a lo largo de un ciclo anual, la tenencia de los medios de producción y el racionamiento de la oferta existente entre los posibles compradores son los factores que determinan fundamentalmente, la fijación de los precios, o sea, el valor del producto en términos monetarios a nivel de pescadores e intermediarios por área en la que el pescador artesanal es el primer oferente de la cadena comercial y el intermediario es el demandante, presentándose una desventaja en la primera forma de utilidad económica.

La facultad teórica que asiste al productor - pescador, al tratar de imponer precio al intermediario local, lo conduce a asumir un alto riesgo comercial, adicional, que puede determinar la pérdida total o cuasi total del valor del producto en muy poco tiempo.

4.1. POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS.

La producción pesquera en nuestro país tiene una característica muy peculiar, que es la de ser un producto estacionario, significa esto, que su comportamiento presenta variaciones de alta y baja producción durante el año pesquero, esto posibilita la existencia de una gran diversidad de precio en el pescado y los mariscos, teniendo en cuenta las diferentes especies, épocas, gustos, preferencias, etc.

En un país con estructura de mercado como Colombia, los precios desempeñan un importante papel para la eficiencia y desarrollo de la actividad económica de la industria pesquera. Si no hay regulación de las cantidades ofrecidas, por parte de un organismo estatal en la comercialización, y sino se dan acuerdo entre intermediario y consumidor, son los precios los que ajustan la oferta y la demanda, por tanto el consumidor de grandes ingresos será quien tenga acceso al producto.

En las poblaciones de la C.G.S.M, muchas veces son los intermediarios los que arbitrariamente imponen los precios del producto; es decir, los precios vienen prefijados, el pescado y el consumidor no interviene directamente en la cuantificación de la suma de dinero que debe pagar por cada especie.

Aún no existe una razón justa del porque los precios del producto pesquero son tan alto si este es un producto que se extrae del medio ambiente natural y su costo de producción no involucra y / o engorde. Por

todo estos motivos es justo y necesario la creación de un centro de acopio con toda la infraestructura necesaria para poder ejercer eficazmente la actividad de comercialización y que posea su departamento y se encargue de los estudios de mercadeo fijación y/o regulación de precios, pesas y medidas.

4.2 PRECIOS DE COMPRA Y VENTA DEL COMERCIALIZADOR

En las tablas 25, 26, 27, 28, 29, 30 y 31 se pueden observar los precios promedios de compra y venta, a nivel de intermediarios mayoristas y minoristas, para cada una de las especies de pescados y mariscos más comercializados en las poblaciones de Pueblo Viejo, Isla del Rosario, Palmira, Tasajera, Bocas de Aracataca, Buena vista y Nueva Venecia. De lo cual podemos deducir más adelante los márgenes de comercialización.

Los precios de compra y venta por kilogramo corresponde al pescado fresco, Lisa seco - salada, Camarón fresco y procesado, Caracol cocido, Jaiba Azul fresca y Ostra pelada.

Hay que tener en cuenta que el hecho de someter el producto a cocción y desconchado (por ejemplo el Camarón) con la finalidad de obtener una buena conservación y presentación para la venta, significa para el mayorista I pérdidas por merma con respecto al peso inicial, lo cual explica el por que de la asignación de un precio alto por kilogramo de producto, de manera que cubra el margen de pérdidas.

TABLA 25.

**PRECIOS PROMEDIOS DE COMPRA Y VENTA POR ESPECIE:
POBLACIÓN PUEBLO VIEJO.**

ESPECIES	PRECIOS DE COMPRA (\$/Kg)	PRECIOS DE VENTA (\$/Kg)
ALMEJAS	1700	2050
CAMARON PROCESADO	5250	9750
CAMARON SIN PROCESAR	2000	4350
CARACOL	1500	2300
CHIVO CABEZON GRANDE	1115	2250
CHIVO CABEZON MEDIANO	400	700
CHIVO CABEZON PEQUEÑO	350	600
CORONCORO GRANDE	920	1350
CORONCORO PEQUEÑO	800	1200
LANGOSTINO	4150	7250
LEBRANCHE GRANDE	2700	3400
LEBRANCHE MEDIANO	2000	3150
LEBRANCHE PEQUEÑO	1600	1900
LISA GRANDE	350	525
LISA MEDIANA	300	400
LISA PEQUEÑA	280	375
MOJARRA DUDOSA	850	1300
MOJARRA GALLINA	1500	2125
MOJARRA GRANDE	2250	2900
MOJARRA MOSA	665	950
MOJARRA PLATERA	1250	1850
OSTRAS	1050	2250
ROBALO GRANDE	3100	3550
ROBALO MEDIANO	1650	2250
RONCA MEDIANA	530	550

Fuente: Los Autores.

TABLA 26.
PRECIOS PROMEDIOS DE COMPRA Y VENTA POR ESPECIE:
POBLACIÓN ISLA DEL ROSARIO.

ESPECIES	PRECIOS DE COMPRA (\$/Kg)	PRECIOS DE VENTA (\$/Kg)
ALMEJAS	1700	2250
CAMARON PROCESADO	4700	5600
CAMARON SIN PROCESAR	3000	5500
CARACOL	1100	1800
CHEREST	150	300
CHIVO CABEZON GRANDE	1700	3000
CHIVO CABEZON PEQUEÑO	444	711
CORONCORO MEDIANO	800	1333
CORONCORO PEQUEÑO	599	1000
JAIBA AZUL	440	750
LANGOSTINO	5500	8200
LEBRANCHE GRANDE	2444	3110
LEBRANCHE MEDIANO	2666	3688
LISA GRANDE	333	333
LISA MEDIANA	283	520
LISA PEQUEÑA	333	600
MACABI GRANDE	320	420
MACABI MEDIANO	250	400
MACABI PEQUEÑO	240	480
MAPALE PEQUEÑO	266	533
MOJARRA DUDOSA	940	1600
MOJARRA GALLINA	1499	2133
MOJARRA GRANDE	2500	2875
MOJARRA MOSA	466	900
MOJARRA PLATERA	1416	2133
OSTRAS	1350	2100
ROBALO GRANDE	1550	3166
ROBALO MEDIANO	1040	1700
ROBALO PEQUEÑO	550	1000
SABALO GRANDE	3000	5000

Fuente: Los Autores.

TABLA 27.

**PRECIOS PROMEDIOS DE COMPRA Y VENTA POR ESPECIE:
POBLACIÓN PALMIRA.**

ESPECIES	PRECIOS DE COMPRA \$/Kg	PRECIOS DE VENTA \$/Kg
ALMEJAS	2200	3000
CAMARON PROCESADO	5200	8500
CAMARON SIN PROCESAR	2500	3750
CARACOL	900	1400
CHIVO CABEZON GRANDE	2450	3100
CHIVO CABEZON PEQUEÑO	1500	2100
CORONCORO GRANDE	1200	2000
JAIBA AZUL	220	300
LEBRANCHE GRANDE	2800	3550
LEBRANCHE MEDIANO	2450	3100
LISA GRANDE	750	1050
MACABI PEQUEÑO	400	750
MOJARRA DUDOSA	800	1000
MOJARRA GALLINA	1350	2100
MOJARRA GRANDE	2500	3100
MOJARRA MOSA	200	400
MOJARRA PEQUEÑA	200	300
MOJARRA PLATERA	1300	1700
OSTRAS	535	1030
ROBALO GRANDE	1300	2600
ROBALO MEDIANO	1300	1750
ROBALO PEQUEÑO	200	300

Fuente: Los Autores.

TABLA 28.

PRECIOS PROMEDIOS DE COMPRA Y VENTA POR ESPECIE:
POBLACIÓN TASAJERA.

ESPECIES	PRECIOS DE COMPRA \$/Kg	PRECIOS DE VENTA \$/Kg
CAMARON PROCESADO	6000	7000
CAMARON SIN PROCESAR	3000	3700
CARACOL	900	1150
CARRURA	640	2000
CHEREST	305	600
CHIVO CABEZON GRANDE	1220	2186
CHIVO CABEZON MEDIANO	533	800
CHIVO CABEZON PEQUEÑO	272	460
CORONCORO GRANDE	1050	1750
CORONCORO MEDIANO	616	1100
CORONCORO PEQUEÑO	535	820
LANGOSTINO	6500	11000
LEBRANCHE GRANDE	2444	4350
LEBRANCHE MEDIANO	1141	3936
LEBRANCHE PEQUEÑO	1400	2300
LISA MEDIANA	380	733
LISA PEQUENA	266	533
MACABI GRANDE	533	820
MACABI MEDIANO	318	600
MACABI PEQUEÑO	240	525
MAPALE GRANDE	450	825
MAPALE MEDIANO	330	700
MAPALE PEQUEÑO	293	600
MOJARRA DUDOSA	950	1600
MOJARRA GALLINA	1400	2800
MOJARRA GRANDE	2750	3800
MOJARRA MOSA	680	1210
MOJARRA PEQUENA	345	700
MOJARRA PLATERA	1200	1983
PALOMETA	648	1222
ROBALO GRANDE	2750	4400
ROBALO MEDIANO	1300	1800
ROBALO PEQUEÑO	890	1440
RONCA MEDIANA	530	866
RONCA PEQUENA	500	960
SABALO GRANDE	861	1334
SABALO MEDIANO	885	1257

Fuente: Los Autores.

TABLA 29.

**PRECIOS PROMEDIOS DE COMPRA Y VENTA POR ESPECIE:
POBLACIÓN BOCAS DE ARACATACA.**

ESPECIES	PRECIOS DE COMPRA \$/Kg	PRECIOS DE VENTA \$/Kg
CACHACA	133	333
CHIVO CABEZON GRANDE	453	996
CHIVO CABEZON MEDIANO	286	436
CHIVO CABEZON PEQUEÑO	175	250
CORONCORO PEQUEÑO	200	400
LEBRANCHE GRANDE	1599	2555
LEBRANCHE PEQUEÑO	106	399
LISA MEDIANA	266	266
LISA PEQUEÑA	199	213
MAPALE PEQUEÑO	133	213
MOJARRA DUDOSA	800	1200
MOJARRA GALLINA	599	1000
MOJARRA GRANDE	600	1750
MOJARRA MOSA	250	460
MOJARRA PEQUEÑA	110	170
MOJARRA PLATERA	733	1300
SABALO GRANDE	500	750
SABALO MEDIANO	200	500
SABALO PEQUEÑO	133	266

Fuente: Los Autores.

TABLA 30.
PRECIOS PROMEDIOS DE COMPRA Y VENTA POR ESPECIE:
POBLACIÓN BUENA VISTA.

ESPECIES	PRECIOS DE COMPRA \$/Kg	PRECIOS DE VENTA \$/Kg
CAMARON SIN PROCESAR	1400	2000
CHIVO CABEZON GRANDE	700	1400
CHIVO CABEZON MEDIANO	300	800
CHIVO CABEZON PEQUEÑO	272	533
CORONCORO MEDIANO	325	500
CORONCORO PEQUEÑO	200	480
LEBRANCHE GRANDE	1332	2221
LEBRANCHE MEDIANO	1333	2222
LISA PEQUEÑA	119	199
MACABI MEDIANO	188	320
MACABI PEQUEÑO	105	170
MAPALE PEQUEÑO	133	186
MOJARRA GALLINA	733	1233
MOJARRA GRANDE	1125	1625
MOJARRA MOSA	233	453
MOJARRA PEQUEÑA	200	320
MOJARRA PLATERA	566	1033
ROBALO GRANDE	1400	2300
ROBALO MEDIANO	800	1500
RONCA PEQUEÑA	133	533
SABALO GRANDE	500	750
SABALO MEDIANO	400	700
SABALO PEQUEÑO	350	571

Fuente: Los Autores.

TABLA 31.

**PRECIOS PROMEDIOS DE COMPRA Y VENTA POR ESPECIE:
POBLACIÓN NUEVA VENECIA.**

ESPECIES	PRECIOS DE COMPRA \$/Kg	PRECIOS DE VENTA \$/Kg
CHIVO CABEZON MEDIANO	329	475
CHIVO CABEZON PEQUEÑO	261	418
CORONCORO MEDIANO	266	666
CORONCORO PEQUEÑO	279	399
LEBRANCHE GRANDE	888	1777
LEBRANCHE PEQUEÑO	400	800
LISA PEQUEÑA	126	306
LISA SECA MEDIANA	224	600
LISA SECA PEQUEÑA	116	374
MACABI MEDIANO	100	175
MACACO	400	800
MAPALE MEDIANO	173	339
MAPALE PEQUEÑO	106	133
MOJARRA DUDOSA	373	590
MOJARRA GALLINA	800	1400
MOJARRA GRANDE	875	1750
MOJARRA MOSA	200	450
MOJARRA PLATERA	483	900
ROBALO GRANDE	1000	2000
ROBALO PEQUEÑO	200	600
RONCA PEQUEÑA	133	266
SABALO GRANDE	1227	1461
SABALO MEDIANO	262	837
SABALO PEQUEÑO	233	266

Fuente: Los Autores.

4.3 MÁRGENES DE PRECIOS.

Los márgenes de precios, están constituidos por las diferencias de precios presentadas entre los distintos niveles de intermediación, es decir, entre los precios de compra dado por los mayoristas I, minoristas I y minoristas II a los mayoristas II y consumidor final.

Los márgenes de precios del producto sufren cambios significativos por las distancias existentes entre los sitios de captura y/o producción y los centros urbanos y rurales de consumo.

El margen de comercialización varía de acuerdo a la especie, la forma de elaboración como se presenta el producto (entero, filete, seco, etc.), la clase de consumidor, su destino final y en función del canal por el cual se realiza su distribución.

De acuerdo a lo anterior se tiene que el margen de precios para algunas especies es de \$20.00 por kilogramo (Ronca mediana en Pueblo Viejo); \$27.00 por kilogramo (Mapalé pequeño en Nueva Venecia); mientras que para otras especies como la Mojarra grande tienen un margen de precio de \$650.00/Kg en Pueblo Viejo, \$357.00/Kg en Isla del Rosario. \$600.00/Kg en Palmira, \$1050.00/Kg en Buena Vista y \$875.00/Kg en Nueva Venecia; Camarón procesado, \$4500.00/Kg en Pueblo Viejo, \$900.00/Kg en Isla del Rosario, \$3300.00/Kg en Palmira y \$1000.00/Kg en Tasajera. (Véase Tabla 32).

A continuación se muestra en un ejemplo como se obtiene el margen de precios:

Población: Pueblo Viejo

Especie: Mojarra Grande

Centro de Consumo: Santa Marta

$PV - PC = MBC$; $MBC - CT = MNC$

PC = Precio de Compra

PV = Precio de Venta

MBC = Márgen Bruto de Comercialización

CT = Costos Totales

MNC = Márgen Neto de Comercialización

<i>Pescadores Artesanales</i>
Precio de Venta: \$ 2.250 / Kg

<i>Mayoristas y Minoristas</i>
Precio de Venta : \$ 2.900 / Kg
Costos :
Transporte : \$ 150
Empaque : 57.7
Almacenamiento: 34.2

$PV - PC = MBC$; $2.900 - 2.250 = 650$

$MBC - CT = MNC$; $650 - 241.9 = 408.1$

En éste caso un intermediario, bien sea mayorista y/o minorista que compre el producto (Mojarra Grande) en la población de Pueblo Viejo y luego lo lleva a vender a la ciudad de Santa Marta, obtiene un margen neto de utilidad de \$ 408.1 / kg.

De esta forma como el trabajo tiene datos de costos transporte, almacenamiento, empaque), precios de compra y de venta, se puede obtener cualquier margen de precios de cualquier especie en las diferentes poblaciones.

En éste caso un intermediario, bien sea mayorista y/o minorista que compre el producto (Mojarra Grande) en la población de Pueblo Viejo y luego lo lleva a vender a la ciudad de Santa Marta, obtiene un margen neto de utilidad de \$ 408.1 / kg.

De esta forma como el trabajo tiene datos de costos de transporte, almacenamiento, empaque, precios de compra y de venta, se puede obtener cualquier margen de precios de cualquier especie en las diferentes poblaciones.

TABLA 32

MARGENES DE PRECIOS POR ESPECIES Y POBLACIONES

ESPECIES	Pueblo Viejo	I. del Rosario	Palmira	Tasajera	B. Aracataca	Buena Vista	Neva Venecia
Mojarra grande	650	375	600	1050	1150	500	875
Mojarra gallina	625	634	750	1400	401	500	600
Mojarra platera	600	717	400	783	567	467	417
Mojarra dudosa	450	660	200	650	400	220	217
Mojarra mosa	285	434	200	530	210	220	250
Mojarra pequeña	0	0	100	355	60	120	0
Lebranche gr.	700	666	570	1906	956	889	889
Lebranche med.	1150	1022	650	2795	0	889	0
Lebranche peq.	300	0	0	900	293	0	400
Chivo cabezón gr.	1135	1300	600	966	543	700	0
Chivo cabezón med.	300	0	0	267	150	500	146
Chivo cabezón peq.	250	267	100	183	75	261	157
Lisa grande	175	242	300	0	0	0	0
Lisa mediana	100	237	0	353	134	0	0
Lisa pequeña	95	267	0	267	94	80	180
Robalo grande	450	1616	1300	1650	0	900	1000
Robalo mediano	600	660	450	500	0	700	0
Robalo pequeño	0	450	100	550	0	0	400
Coroncoro grande	430	0	600	700	0	0	0
Coroncoro mediano	0	533	0	484	0	175	400
Coroncoro pequeño	400	401	0	931	200	280	120
Macabi grande	0	100	0	327	0	0	0
Macabi mediano	0	150	0	282	0	132	75
Macabi pequeño	0	240	350	285	0	65	0
Sabalo grande	0	2000	0	473	250	250	234
Sabalo mediano	0	0	0	372	300	300	575
Sabalo pequeño	0	0	0	0	133	221	133
Mapalé grande	0	0	0	375	0	0	0
Mapalé mediano	0	0	0	370	0	0	166
Mapalé pequeño	0	267	0	307	80	53	27
Ronca mediana	20	0	0	336	0	0	0
Ronca pequeña	0	0	0	460	0	400	133
Cherest	0	150	0	410	0	0	0
Camura	0	0	0	1360	0	0	0
Palomita	0	0	0	574	0	0	0
Cachaca	0	0	0	0	200	0	0
Macaco	0	0	0	0	0	0	400
Camaron procesado	4500	900	3300	1000	0	0	0
Camaron sin procesar	2350	2500	1250	700	0	600	0
Caracol	800	700	500	250	0	0	0
Langostino	3100	2700	0	4500	0	0	0
Ostra	1200	750	495	0	0	0	0
Jaiba azul fresca	0	310	80	0	0	0	0
Almeja	350	550	800	0	0	0	0
Lisa seca mediana	0	550	800	0	0	0	376
Lisa seca pequeña	0	0	0	0	0	0	258

Fuente: Los Autores

5 ACTIVIDADES O FUNCIONES AUXILIARES EN LA COMERCIALIZACION

En el proceso de la comercialización del producto pesquero de la C.G.S.M, puede decirse que las actividades o funciones más comunes son las siguientes: intercambio (compra - venta), físicas (transporte, almacenamiento y empaquetado) y auxiliares (clasificación).

5.1. INTERCAMBIO

La compra - venta del producto pesquero en la C.G.S.M es una actividad que se realiza mediante el método de inspección ya que el consumidor o comerciante inspecciona el pescado para determinar con toda propiedad su estado y tomar una decisión sobre si lo lleva o lo deja, haciendo que la transacción presupone una revisión del producto pesquero. Este sistema es empleado en el resto del país, especialmente cuando se trata de bienes alimenticios, por ejemplo pescados y mariscos.

Los volúmenes totales más alto de compra y venta a niveles de mayoristas son de 25345.2 Kg/día y a nivel de minorista son de 26543.1 Kg/día; llevados a cabo en todos los puntos de comercialización en la C.G.S.

Los volúmenes totales más alto de compra y venta se observa en la población de Tasajera con 9295.4 Kg para mayoristas y 11098.7 Kg para minoristas; siguiendo en orden de importancia los de Boca de Aracataca, Nueva Venecia, Pueblo Viejo, Buena Vista, Palmira e Isla del Rosario.

Cabe decir que en los diferentes sitios pesqueros, la misma cantidad de producto que se compra es la misma cantidad que se vende en los diferentes poblaciones.

5.2 . FISICAS

5.2.1 Transporte.

Según Polo (1989), el transporte en la comercialización del producto pesquero se considera un eslabón importante entre un centro de acopio y los centros de consumo. Se debe tener en cuenta que existe transporte en el área pesquera, desde que se realiza la captura en el medio espacial y continental; en este momento comienza a presentarse problema de calidad en los productos hasta dejarlos en el primer centro de acopio, por

que no se disponen de los medios físicos apropiados para efectuar su traslado.

El transporte es una actividad o función física de una gran importancia en el proceso de comercialización y tiene como objetivo primordial hacer llegar los productos en óptimas condiciones en el momento y lugar preciso a los centros de consumo donde son demandados.

En la C.G.S.M el transporte del producto desde los sitios pesqueros hasta los centros de acopio se realiza en canoas: impulsadas la mayoría (85%) a remo y/o palanca, a vela y en una minoría (15%) a motor de (40, 50, 80, 100 y 250 HP).

El transporte desde los centros de acopio hasta los centros de consumo que se encuentra en el resto del departamento y en toda la Costa Atlántica; en general, se realiza a través de buses intermunicipales e interdepartamentales. Y en aviones para los centros de consumo del centro del país (Bogotá, Cúcuta, Bucaramanga).

No existen medios de transporte con sistema de congelación y/o refrigeración adecuado para transportar la materia prima o producto pesquero.

El costo del transporte, desde los sitios pesqueros hasta los centros de acopio es asumido por el pescador.

El costo del transporte desde los centros de acopio hasta los centros de consumo es asumido por los intermediarios mayoristas y/o minoristas.

Hay intermediarios que no tienen gastos de transporte por que ellos compran y luego venden allí mismo; éstos viven por lo general en la misma población donde se acopia el producto.

TABLA 33.
COSTO DE TRANSPORTE POR POBLACIÓN A NIVEL DEL PRIMER INTERMEDIARIO.

POBLACION	COSTO DE TRANSPORTE (\$/Kg)
BOCAS DE ARACATACA	0.05
BUENA VISTA	0.03
ISLA DEL ROSARIO	0.07
NUEVA VENECIA	0.01
PALMIRA	0.06
PUEBLO VIEJO	0.06
TASAJERA	0.02

Fuente: Los Autores.

5.2.1.1 Costo por tipo de transporte.

En la Tabla 34 se describe el tipo de transporte por población. En las poblaciones internas el único medio de transporte son las canoas y en las externas son los buses, camión y avión.

Los precios entre cada uno de estos son muy variados y este es asumido por los intermediarios desde los centros de acopio hasta los centros de consumo.

TABLA 34.
COSTO PROMEDIO POR TIPO DE TRANSPORTE SEGÚN LA
POBLACIÓN.

POBLACION	TIPO TRANSPORTE	COSTO \$/Kg
PUEBLO VIEJO	BUS	150
	CAMION	115.7
	AVION	100.1
ISLA DEL ROSARIO	BUS	110
	CAMION	100
PALMIRA	BUS	100
	AVION	150
TASAJERA	BUS	120
	CAMION	105
	AVION	150
NUEVA VENECIA	BUS	110
	CANOA	90
BUENA VISTA	CANOA	98
BOCAS DE ARACATACA	CANOA	115

Fuente: Los Autores.

5.2.2 Almacenamiento.

El pescado necesita de un eficiente sistema de almacenamiento muy especial, debido a que las condiciones naturales de este producto así lo exigen, para poder conservarlos en óptimas condiciones para el consumo.

En la comercialización del producto pesquero procedente de la C.G.S.M, el sistema de almacenamiento que se presenta es el refrigerado, bien sea mediante la utilización del enhielado (Neveras de hiepor, Cajas de madera, envases plásticos, recipientes de aluminio, cuartos en la casa,

sacos de fique y plásticos, pisos de la canoa) o mediante la utilización de congeladores comerciales.

En las últimas condiciones el tiempo máximo de almacenamiento es de 360 horas (15 días), requiriendo estos métodos de ciertos aspectos técnicos, para lograr una adecuada conservación durante el tiempo de almacenamiento necesario que deba permanecer el producto, hasta llegar finalmente al consumidor.

En las poblaciones internas de la C.G.S.M no existe una infraestructura que permita un adecuado almacenamiento del producto pesquero dado su alto grado de perecibilidad.

Los intermediarios de Buena Vista almacenan el producto pesquero en cavas (caja de madera e hícopor) en los cuales el producto es almacenado a granel y casi sobrepasando el límite del recipiente con una cantidad de hielo picado que ellos estiman conveniente.

Los de Nueva Venecia almacenan el producto en caja de madera, nevera de hícopor, envases plásticos, cuarto de la casa, saco plástico y de fique, y en el piso de la canoa, añadiendo al producto hielo picado.

En Bocas de Aracataca el tipo de almacenamiento utilizado es el de las cavas. Estas cavas son cajas de maderas fabricada dentro de la canoa, conocido entre ellos como "Ensayes", allí depositan el producto cubriéndolo con capas de hielo picado seguido de sacos plásticos y

carpas gruesas para conservarlos mejor; estos intermediarios son conocidos en la región como "Fresqueros" igual en la población de Buena Vista.

El tipo de almacenamiento utilizado por los intermediarios de las poblaciones externas son los siguientes: caja de madera, nevera de hycopor, envases plásticos (tanques, baldes), recipientes de aluminio (ollas, bandejas), tinas plásticas, bolsas plásticas y de papel y congeladores comerciales.

Una vez realizada la compra del producto, los intermediarios que llegan a la población de Tasajera, proceden a la aplicación de hielo en el mismo puerto hasta los puntos de intermediaciones posibles o hasta aplicarle un mejor tratamiento.

TABLA 35.
**COSTO DE ALMACENAMIENTO POR POBLACIÓN A NIVEL DE
PRIMER INTERMEDIARIO.**

POBLACION	COSTO DE ALMACENAMIENTO (\$/Kg)
BOCAS DE ARACATACA	0.01
BUENA VISTA	0.04
ISLA DEL ROSARIO	0.06
NUEVA VENECIA	0.02
PALMIRA	0.02
PUEBLO VIEJO	0.03
TASAJERA	0.01

Fuente: Los Autores.

5.2.2.1. Costo por tipo de almacenamiento.

La Tabla 36 describe los diferentes tipos de almacenamiento utilizado por los intermediarios que realizan el proceso de comercialización.

Generalmente los diferentes tipos de almacenamiento utilizados en Tasajera, por ejemplo son utilizados en las otras poblaciones como Pueblo Viejo, Palmira, Isla del Rosario y Nueva Venecia a diferencia de Bocas de Aracataca que utilizan cavas con mayor capacidad de almacenamiento, y Buena Vista que además de cavas, utilizan neveras de hícopor y neveras viejas.

En Nueva Venecia hay un tipo de almacenamiento, cuyo costo es de \$2,98/Kg-día, dicho almacenamiento es llamado cuarto en la casa, en él se almacena el producto seco - salado sobre sacos de plásticos para no hacer contacto entre el piso y el producto.

TABLA 36.
COSTO PROMEDIO POR TIPO DE ALMACENAMIENTO SEGÚN LA
POBLACIÓN.

POBLACION	TIPO DE ALMACENAMIENTO	COSTO \$/Kg
PUEBLO VIEJO	CAJA DE MADERA	30
	CONGELADOR COMERCIAL	55.3
	CAJA DE CARTON	9.16
	ENVASES PLASTICOS	34.2
	NEVERA DE HICOPOR	20.73
	RECIPIENTE DE ALUMINIO	11.32
ISLA DEL ROSARIO	CAJA DE MADERA	5.33
	CONGELADOR COMERCIAL	55.80
	ENVASES PLASTICOS	31
	NEVERA DE HICOPOR	28.22
	RECIPIENTE DE ALUMINIO	37.32
	TINA PLASTICA	28.57
PALMIRA	CONGELADOR COMERCIAL	55.40
	ENVASES PLASTICOS	32.56
	RECIPIENTE DE ALUMINIO	8.68
TASAJERA	CAVAS	62.02
	CAJAS DE MADERA	10
	CONGELADOR COMERCIAL	60
	ENVASES PLASTICOS	53.85
	NEVERAS DE HICOPOR	23.68
	RECIPIENTE DE ALUMINIO	46
NUEVA VENECIA	CUARTO EN LA CASA	2.98
	CAJA DE MADERA	28.88
	CANECAS PLASTICAS	84.33
	NEVERA DE HICOPOR	66.66
	PISO DE LA CANOA	6
	SACOS	8.68
BUENA VISTA	CAVAS	47.45
	NEVERA DE HICOPOR	75.14
	CAVAS	39.19

Fuente: Los Autores.

5.2.3 Empaquetado.

En el proceso de comercialización el empaquetado permite que el producto llegue en buenas condiciones al consumidor final.

Las bolsas de polietileno y de papel (bolsas de azúcar), el saco plástico y de fique, la caja de cartón, nevera de hiepor, envases plásticos y los recipientes de aluminio son los elementos de empaque más comunes utilizados por los intermediarios que realizan el proceso de comercialización del producto pesquero en la C.G.S.M.

Los empaques mencionados son utilizados fundamentalmente para transportar el producto que ha sido previamente refrigerado, congelado y procesado.

En el caso de los sacos de fique y plástico, canecas plásticas y bolsas de papel se utilizan para transportar productos seco - salados desde Nueva Venecia hasta los diferentes puntos de ventas.

TABLA 37.
COSTO DE EMPAQUE POR POBLACIÓN A NIVEL DE PRIMER INTERMEDIARIO.

POBLACION	COSTO DE EMPAQUE \$/Kg
BOCAS DE ARACATACA	0.04
BUENA VISTA	0.03
ISLA DEL ROSARIO	0.15
NUEVA VENEZIA	0.01
PALMIRA	0.04
PUEBLO VIEJO	0.05
TASAJERA	0.02

Fuente: Los Autores.

5.2.3.1. Costo por tipo de empaque.

En la población de Pueblo Viejo el mayor costo de empaque lo presenta los recipientes de aluminio con un costo de \$122/Kg-día y el más bajo es el de las bolsas plásticas y papel y el de los sacos plásticos y de fique.

En la población de Isla del Rosario el mayor costo lo presenta los recipientes de aluminio con un costo de \$213/Kg-día y el menor lo presenta las bolsas plásticas y papel y las cajas de cartón.

En la población de Palmira el mayor costo lo presenta el recipiente de aluminio con \$80/Kg-día y el menor lo presentan los sacos plásticos y de fique.

En la región de Tasajera el mayor costo lo presenta la nevera de hicopor con \$189.16/Kg-día y los envases plásticos \$107.55/Kg-día.

En la región de Nueva Venecia el envase plástico presenta el más alto costo de empaque \$66.66/Kg-día y el menor costo los sacos plásticos y de fique y las canoas con un costo de \$4.76 y \$1.25/Kg-día respectivamente.

En la región de Buena Vista las neveras de hicopor presentan el mayor costo \$57.14/Kg-día seguidas de las cavas y las canoas.

En la región de Bocas de Aracataca el único tipo de empaque son las cavas los cuales tienen un costo de \$16.66/Kg-día, mientras que los sacos

plásticos y fiques son utilizados para proteger el hielo, haciéndolo más durable para así lograr una mejor conservación (Ver Tabla 38).

TABLA 38.
COSTO PROMEDIO POR TIPO DE EMPAQUE SEGÚN LA
POBLACIÓN.

POBLACION	TIPO DE EMPAQUE	COSTO \$/Kg
PUEBLO VIEJO	BOLSAS PLASTICAS Y PAPEL	6.06
	CAJA DE CARTON	26
	ENVASES PLASTICOS	57.7
	NEVERA DE HICOPOR	100
	RECIPIENTE DE ALUMINIO	122
	SACOS PLASTICOS Y DE FIQUE	4
ISLA DEL ROSARIO	BOLSAS PLASTICAS Y PAPEL	9.84
	CAJA DE CARTON	8.33
	ENVASES PLASTICOS	86.2
	NEVERA DE HICOPOR	91.66
	RECIPIENTE DE ALUMINIO	213
	SACOS PLASTICOS Y DE FIQUE	
PALMIRA	TINAS PLASTICAS	28.57
	BOLSAS PLASTICAS Y PAPEL	8.68
	CAJA DE CARTON	11.38
	ENVASES PLASTICOS	69.65
	RECIPIENTE DE ALUMINIO	80
	SACOS PLASTICOS Y DE FIQUE	4.34
TASAJERA	BOLSAS PLASTICAS Y PAPEL	18.26
	CAJA DE CARTON	18.66
	ENVASES PLASTICOS	107.55
	NEVERA DE HICOPOR	189.16
	RECIPIENTE DE ALUMINIO	93.32
	SACOS PLASTICOS Y DE FIQUE	19.20
NUEVA VENECIA	CAVAS	8.89
	CAJAS DE MADERA	13.7
	CANOAS	1.25
	ENVASES PLASTICOS	66.66
	NEVERA DE HICOPOR	17.88
	SACOS PLASTICOS Y DE FIQUE	4.76
BUENA VISTA	CAVAS	27.33
	CANOAS	14.28
	NEVERA DE HICOPOR	57.14
BOCAS DE ARACATACA	CAVAS	16.66

Fuente: Los Autores.

5.3. FUNCIONES AUXILIARES.

Como se sabe la clasificación es una de las actividades auxiliares en el proceso de la comercialización. Mediante la clasificación se logra obtener lotes homogéneos (de productos) para la venta.

La clasificación se cumple cuando el producto pesquero se selecciona por especie y tamaño, especialmente a nivel de los intermediarios minoristas quienes generalmente venden el producto por unidad.

Puede afirmarse que las mencionadas actividades (compra, venta, transporte, almacenamiento, empaquetado y clasificación) se realizan en la C.G.S.M puesto que son definitivamente indispensables en el proceso de la comercialización. Son las actividades que permiten mínimamente la ejecución de tal proceso.

Los costos promedios diarios de transporte, almacenamiento y empaque varían de una población a otra tal como lo describe la tabla 39, en la cual se puede observar lo siguiente:

El costo promedio de transporte más alto (\$375/Kg-día) se presenta en la región de Tasajera, seguido por Pueblo Viejo (\$365.8/Kg-día), Bocas de Aracataca (\$330/Kg-día), Palmira (\$250/Kg-día), Isla del Rosario (\$210/Kg-día), Nueva Venecia (200/Kg-día) y por último Buena Vista (\$98/Kg-día).

El mayor costo promedio total diario de almacenamiento se presenta en Nueva Venecia (\$264.55/Kg-día), Tasajera (\$255.55/Kg-día), Isla del Rosario (\$186.24/Kg-día), Pueblo Viejo (\$160.71/Kg-día), Buena Vista (\$122.59/Kg-día), Palmira (\$96.64/Kg-día) y por último Bocas de Aracataca con (\$39.19/Kg-día).

El costo promedio más alto en empaque está en la población de Isla del Rosario con (\$447.3/Kg-día), le sigue Tasajera con (\$446.15/Kg-día), luego en su orden le sigue Pueblo Viejo, Palmira, Nueva Venecia, Buena vista y Bocas de Aracataca.

Todo lo anterior está determinado, por la ubicación geográfica de los sitios pesqueros y los centros de acopio; dependiendo también de la falta de servicios básicos indispensables para la conservación del producto pesquero.

TABLA 39.

**COSTO PROMEDIO TOTALES DIARIOS PARA TRANSPORTE,
ALMACENAMIENTO Y EMPAQUE POR POBLACIÓN.**

POBLACION	TRANSPORTE \$/Kg	ALMACENAMIENTO \$/Kg	EMPAQUE \$/Kg
BOCAS DE ARACATACA	330	39.19	16.66
BUENA VISTA	98	122.59	98.75
ISLA DEL ROSARIO	210	186.24	447.3
NUEVA VENECIA	200	264.55	113.14
PALMIRA	250	96.64	174.05
PUEBLO VIEJO	365.8	160.71	315.75
TASAJERA	375	255.55	446.15

Fuente: Los Autores.

5.4. FINANCIAMIENTO DE LA ACTIVIDAD

5.4.1. Obtención de créditos de los intermediarios

En forma general los comerciantes que operan en toda la C.G.S.M no cuentan con un organismo y/o entidad especializada que le permita ampliar su capital de trabajo por medio del préstamo a intereses razonables, para así poder ampliar el negocio y mejorar las condiciones técnicas que requiere el proceso de comercialización.

En la zona predominan los prestamistas particulares (61.9%) quienes abusan con los intereses y formas de pago. También sobresalen los prestamos familiares en un (31.98%) que son un poco más condescendientes al respecto.

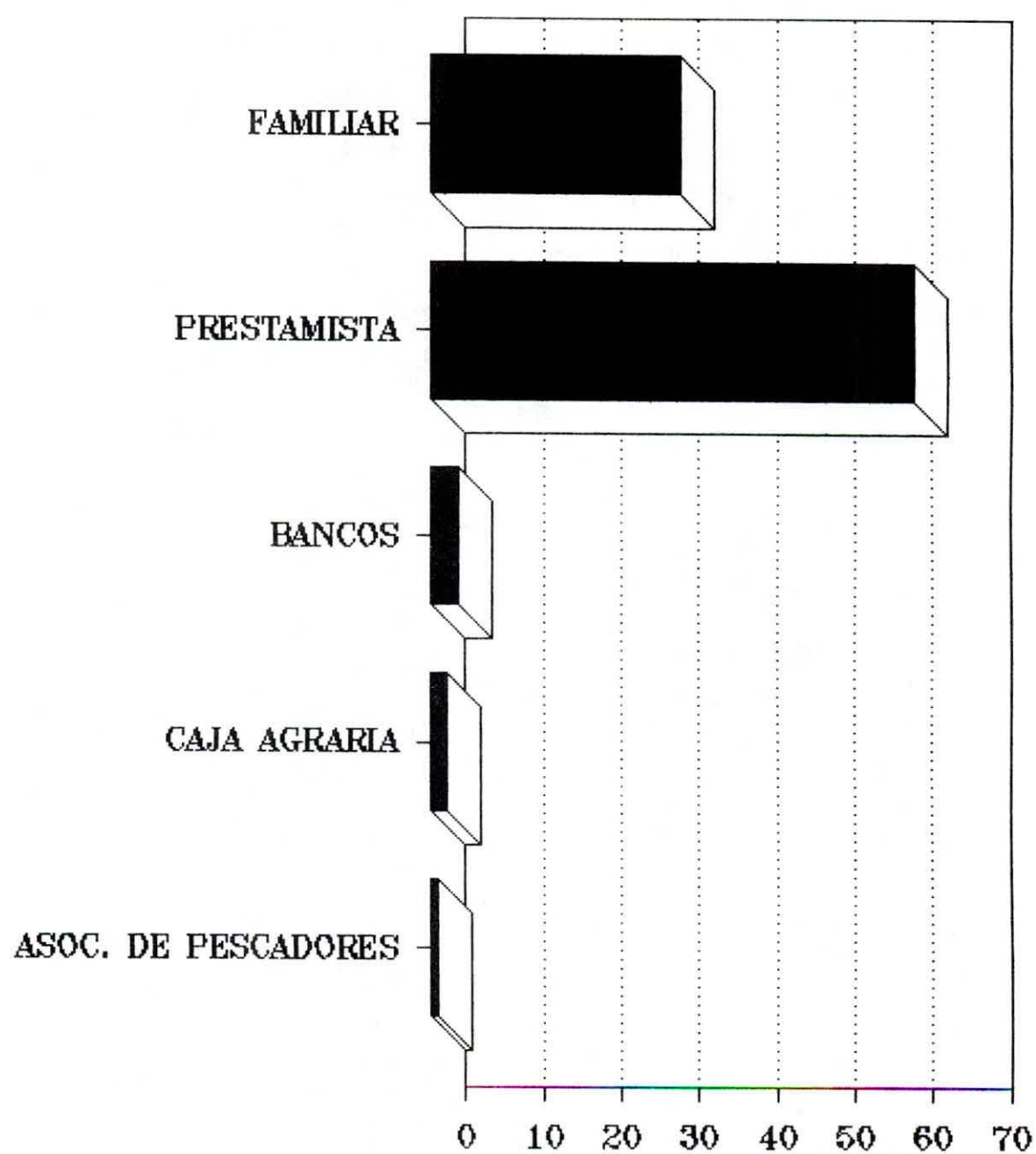
Unos pocos Bancos Comerciales se hacen notar en un (3.4%), la Caja Agraria participa en este proceso en un (2.04%) y otros con un (0.68%). (Ver Tabla 40 y Gráfica 23).

TABLA 40.
OBTENCIÓN DE CRÉDITO POR LOS INTERMEDIARIOS.

CLASE DE PRESTAMO	%
FAMILIAR	31.98
PRESTAMISTA	61.90
BANCOS	3.40
CAJA AGRARIA	2.04
ASOCIACION DE PESCADORES	0.68

Fuente: Los autores.

GRAFICA 23. Obtencion de credito por los intermediarios



5.4.2. Porcentaje de intermediarios mayoristas y minoristas que acreditan el producto pesquero por población.

La Tabla 41 describe los porcentajes de intermediarios que acreditan el producto pesquero a otros intermediarios o a los consumidores finales.

Pueblo Viejo: el 9% de los intermediarios mayoristas y el 10% de los minoristas no acreditan el producto pesquero.

Isla del Rosario; apenas el 6% de los mayoristas y el 19% de los minoristas no acreditan el producto pesquero.

De igual manera, para las poblaciones de Palmira, Tasajera, Nueva Venecia; mientras que en la región de Buena Vista el 88% de los mayorista acreditan el producto pesquero y el 100% de los minoristas acreditan el producto a 2 ó 3 días.

En Bocas de Aracataca, tanto los mayoristas como los minoristas acreditan el producto quedándole un viaje en fondo sucesivamente, por ejemplo, de dos viajes que ellos llevan, solamente reciben la cancelación de un viaje acreditando el otro.

TABLA 41.
**PORCENTAJE DE INTERMEDIARIOS MAYORISTAS Y MINORISTAS
 QUE ACREDITAN EL PRODUCTO PESQUERO POR POBLACIÓN**

POBLACION	MAYORISTA (%)	MINORISTA (%)
PUEBLO VIEJO	91	90
ISLA DEL ROSARIO	94	81
PALMIRA	75	96
TASAJERA	88	86
NUEVA VENECIA	82	85
BUENA VISTA	100	100
BOCAS DE ARACATACA	-	-

Fuente: Los Autores.

5.4.3. Formas de pago aceptadas por los intermediarios mayoristas y minoristas (cc/co/cr).

La Tabla 42 describe que tipo de formas de pago son aceptadas por intermediarios mayoristas o minoristas por cada población.

A nivel de mayoristas; la forma de pago es el Credi - Contado con un porcentaje de 88% en la población de Isla del Rosario, siguiéndole Tasajera con un 84% y Bocas de Aracataca con un 83% y en orden de importancia Nueva Venecia, Pueblo Viejo y por último Buena Vista.

El mayor porcentaje de ventas al contado se presenta en Palmira con un 25% y la población con mayor porcentaje de ventas a crédito es Buena Vista con un 50%.

A nivel de minorista en Bocas de Aracataca, el 100% de los ellos aceptan el Credi - Contado, mientras que las otras formas de pago no son aceptadas; esto como se dijo anteriormente, por cada 2 viajes que ellos llevan, semanal sólo le cancelan uno acreditando el segundo.

Siguiendo en orden de importancia, el 72% de los minoristas aceptan el Credi - Contado en la región de Tasajera, el 13% aceptan el contado, mientras que el resto (14%) aceptan el crédito. La razón de estas formas de pago es el criterio, con relación a la compra venta del producto, que estima un intermediario para poder realizar la siguiente operación de compra.

TABLA 42.

**FORMAS DE PAGO ACEPTADAS POR LOS INTERMEDIARIOS
MAYORISTAS Y MINORISTAS (CC/CO/CR).**

POBLACION	INTER. MAYORISTAS			INTER. MINORISTAS		
	CC(%)	CO(%)	CR(%)	CC(%)	CO(%)	CR(%)
PUEBLO VIEJO	70	9	22	64	10	26
ISLA DEL ROSARIO	38	6	6	62	19	19
PALMIRA	50	25	25	62	4	35
TASAJERA	84	12	5	72	13	14
NUEVA VENECIA	71	18	12	49	15	36
BUENA VISTA	38	13	50	60	0	40
BOCAS DE ARACATACA	83	0	17	100	0	0

Fuente: Los Autores.

CC = Credi - Contado

CO = Contado

CR = Crédito

6 PARTE SOCIAL

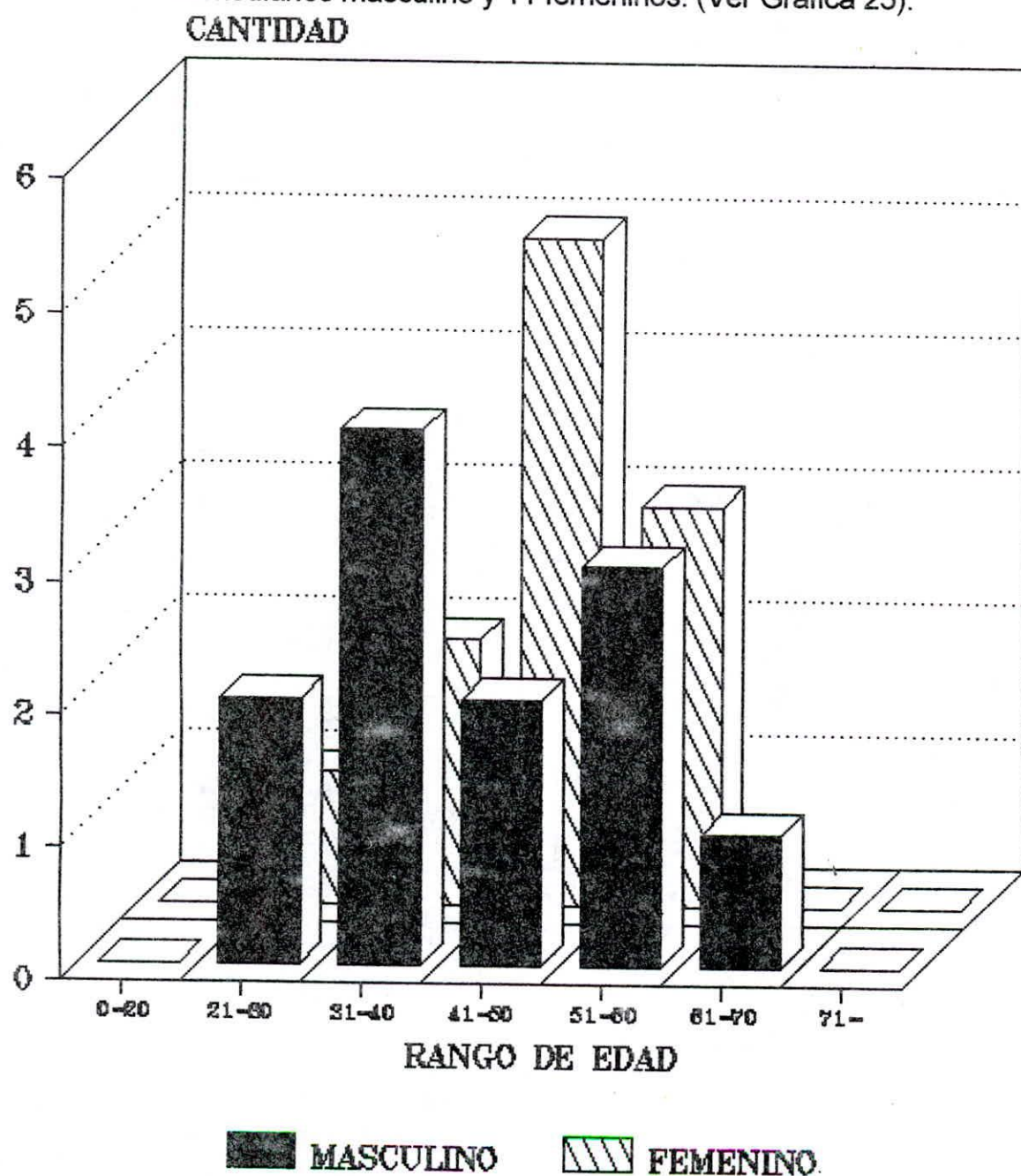
6.1. DISTRIBUCION POR EDAD, SEXO Y TIPO DE COMERCIANTE

6.1.1. Pueblo Viejo.

En esta población se encontró un total de 65 intermediarios y se distribuyeron según los criterios de clasificación en: 23 (35.38%) mayoristas y 42 (64.62%) minoristas. Se halló que quienes se dedican a la comercialización tienen una edad que oscila entre 21 y 70 años. De todos los intermediarios el 38.46% son de sexo masculino y el 61.54% de sexo femenino.

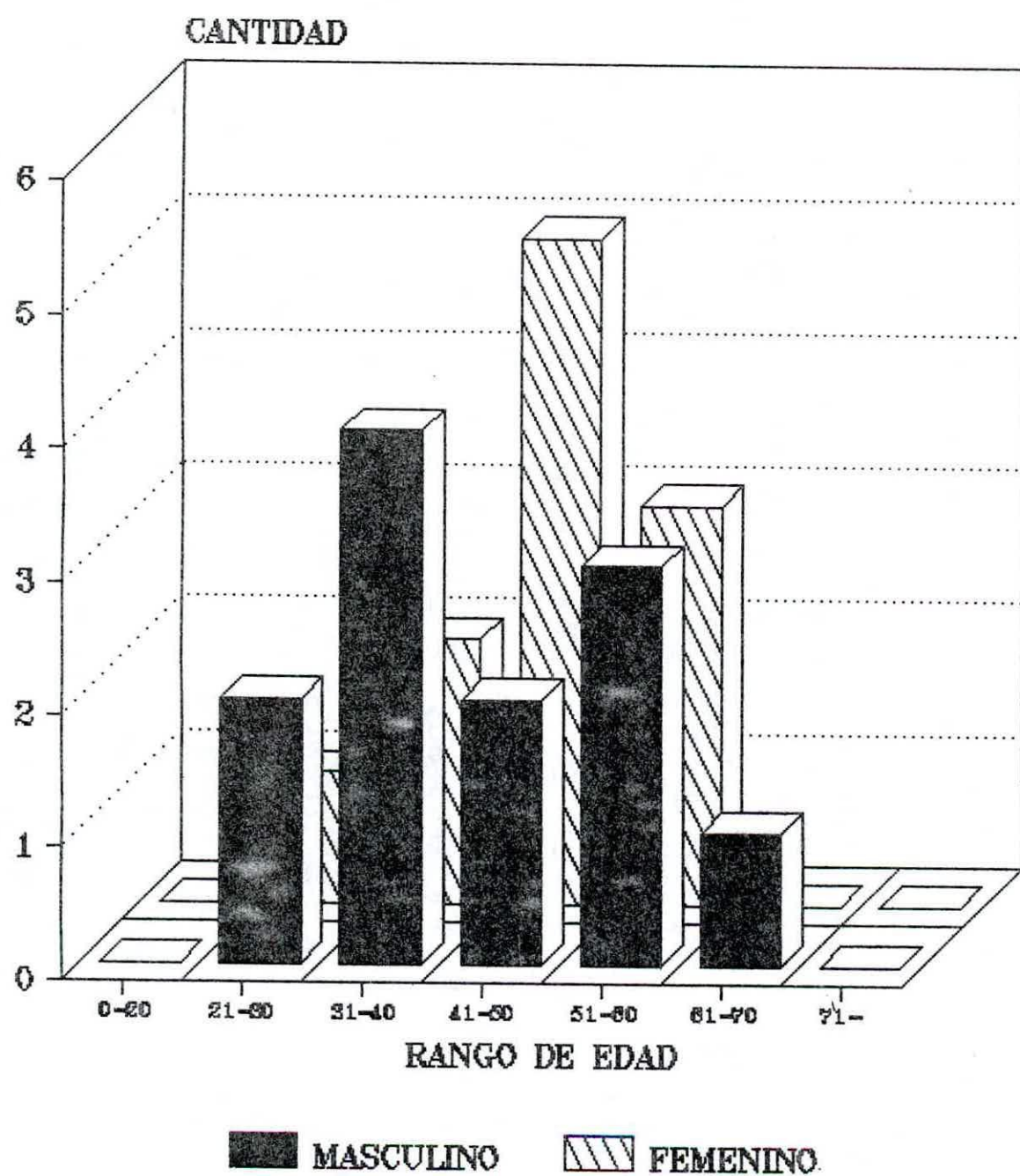
De los 23 mayoristas el 52.17% son de sexo masculino y el 47.83% son de sexo femenino: entre estos sobresale el rango de edad que va de 31 a 40 años con 4 intermediarios masculinos y el rango de 41 a 50 años con 5 intermediarios femeninos. (Ver Gráfica 24).

De los 42 minoristas el 69.05% son de sexo femenino y el 30.95% de sexo masculino: entre estos sobresale el rango de edad que va de 41 a 50 años con 4 intermediarios masculino y 11 femeninos. (Ver Gráfica 25).



GRAFICA 25. Distribucion Sexo y Edad en mayorista: Pueblo Viejo

GRAFICA 25. Distribucion Sexo y Edad en minoristas:Pueblo Viejo



6.1.2 Isla del Rosario.

En esta población se encontró un total de 59 intermediarios y se distribuyeron de acuerdo a la clasificación establecida en 17 (28.81%) mayoristas y 42 (71.19%) minoristas.

Las personas dedicadas a la actividad de comercialización en esta población tienen edades que oscilan entre 21 y 71 años. De todos los comerciantes el 57.63% son de sexo femenino y el 42.37% de sexo masculino.

De los 17 mayoristas el 70.59% son de sexo masculino y el 29.41% son de sexo femenino: entre estos sobresale el rango de edad que va de 51 a 60 años con 4 intermediarios masculinos. (Ver Gráfica 26).

De los 42 minoristas el 69.05% son de sexo femenino y el 30.95% de sexo masculino: entre estos sobresale el rango de edad que va de 41 a 50 años con 12 intermediarios femeninos y el de 21 a 34 años con 4 intermediarios masculinos. (Ver Gráfica 27).

6.1.3 Palmira.

En este centro de acopio se encontró un total de 34 intermediarios y se distribuyeron en 8 mayoristas y 26 minoristas según sus características. En esta población se notó que los intermediarios dedicados a este proceso

tienen una edad que oscila entre 20 y 71 años. De todos los intermediarios el 58.82% son de sexo masculino y un 41.18% son de sexo femenino.

De los 8 mayoristas el 62.5% son de sexo masculino y el 31.5% son de sexo femenino: entre estos sobresale el rango de edad que va de 31 a 40 años con 2 intermediarios masculinos. (Ver Gráfica 28).

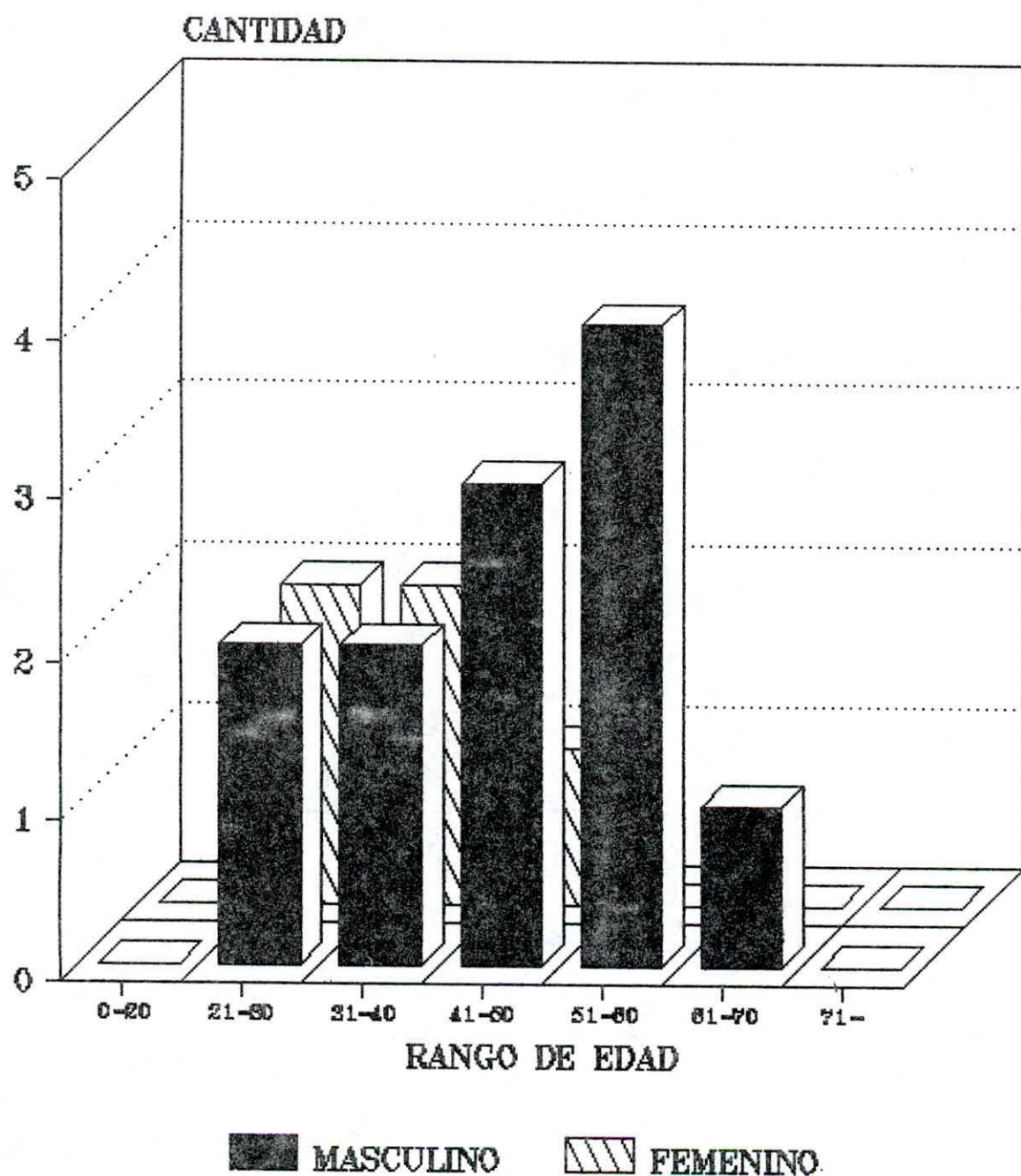
De los 26 minoristas el 52.17% son de sexo masculino y el 47.83% son de sexo femenino: entre esto sobresale el rango de edad que va de 41 a 50 años con 6 intermediarios masculinos y 3 femeninos. (Ver Gráfica 29).

6.1.4 Tasajera.

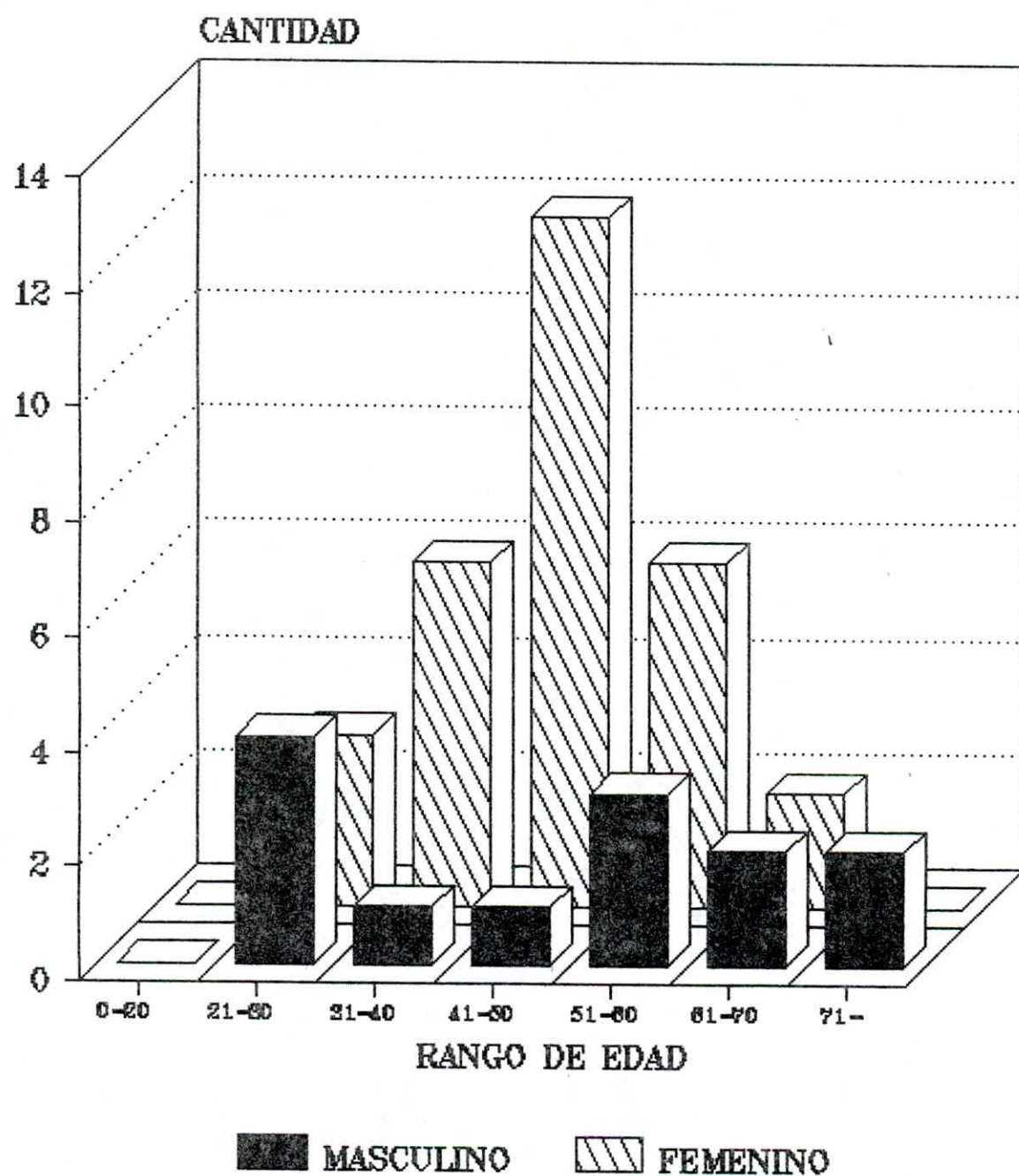
En esta población se encontró un total de 201 intermediarios y se distribuyeron según la capacidad de capital para comercializar el producto pesquero en 43 (21.39%) mayoristas y 158 (78.61%) minoristas. En esta población se notó que los intermediarios dedicados a la comercialización tienen una edad que oscila entre 20 y 71 años. De todos los comerciantes el 64.68% son de sexo masculino y un 35.32% de sexo femenino.

De los 43 mayoristas el 74.42% son de sexo masculino y el 25.58 de sexo femenino: entre estos sobresale el rango de edad que va de 31 a 40 años en masculino con 14 intermediarios y de 41 a 50 años en femenino con 6 intermediarios. (Ver Gráfica 30).

GRAFICA 26. Distribucion Sexo y Edad en mayorista: Isla del Rosario



GRAFICA 27. Distribucion Sexo y Edad en minorista: Isla del Rosario



De los 158 minoristas el 62.03% son masculinos y el 37,97% son de sexo femenino: entre estos sobresale el rango de edad que va de 31 a 40 años en masculino, 34 intermediarios y en el mismo rango en femenino con 31 intermediarios, donde existe el menor número de intermediarios en el rango que va de 71 en adelante con un intermediario masculino y uno femenino. (Ver Gráfica 31).

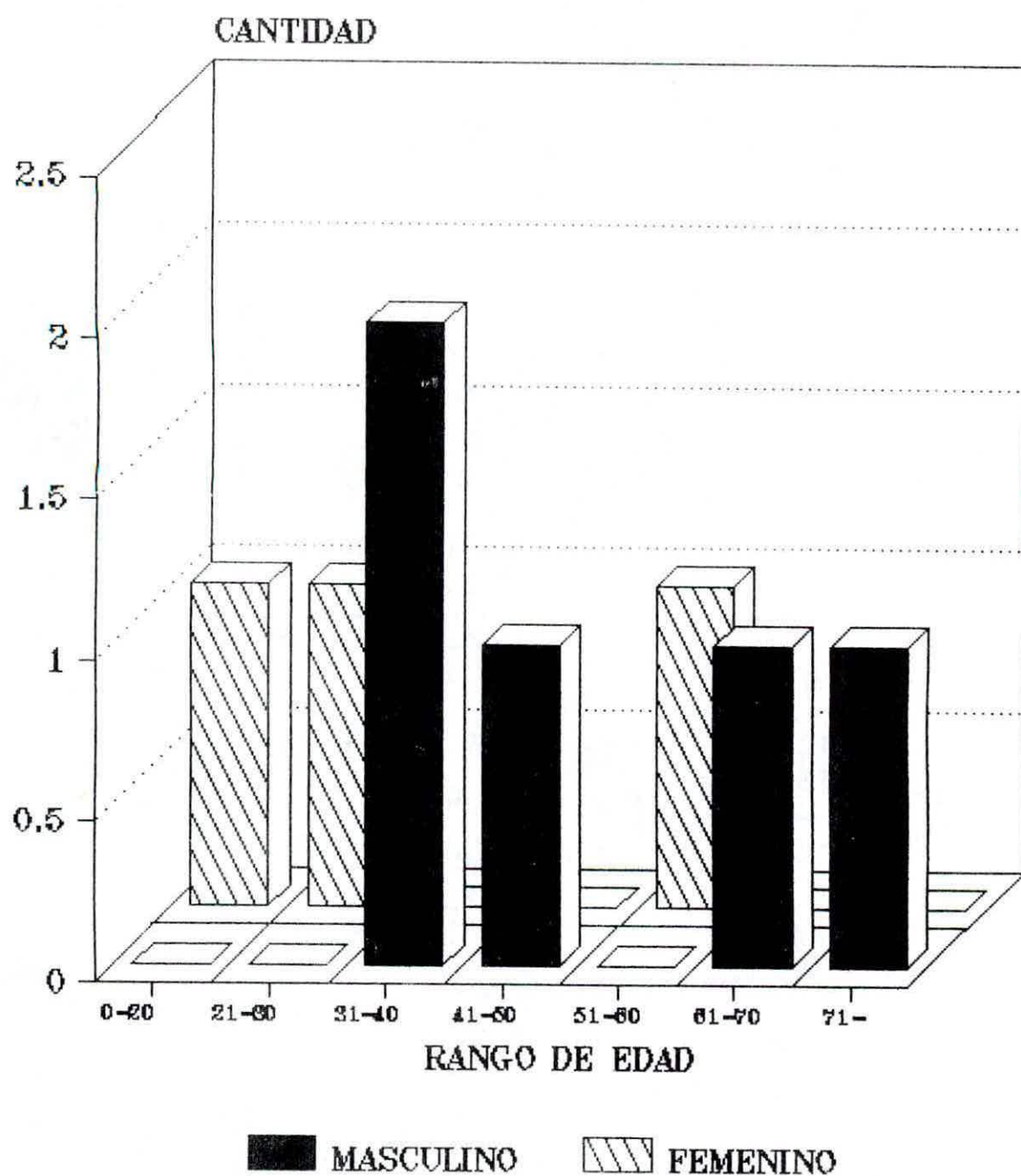
6.1.5 Bocas de Aracataca.

En esta población se encontró un total de 7 intermediarios de los cuales 6 (85.71%) son mayoristas y 1 (14.29%) minorista, además quedó demostrado que la edad de los que intervienen en este proceso de comercialización oscilan entre 21 y 60 años, al igual que en Buena Vista, en Nueva Venecia los que se dedican a la comercialización son de sexo masculino.

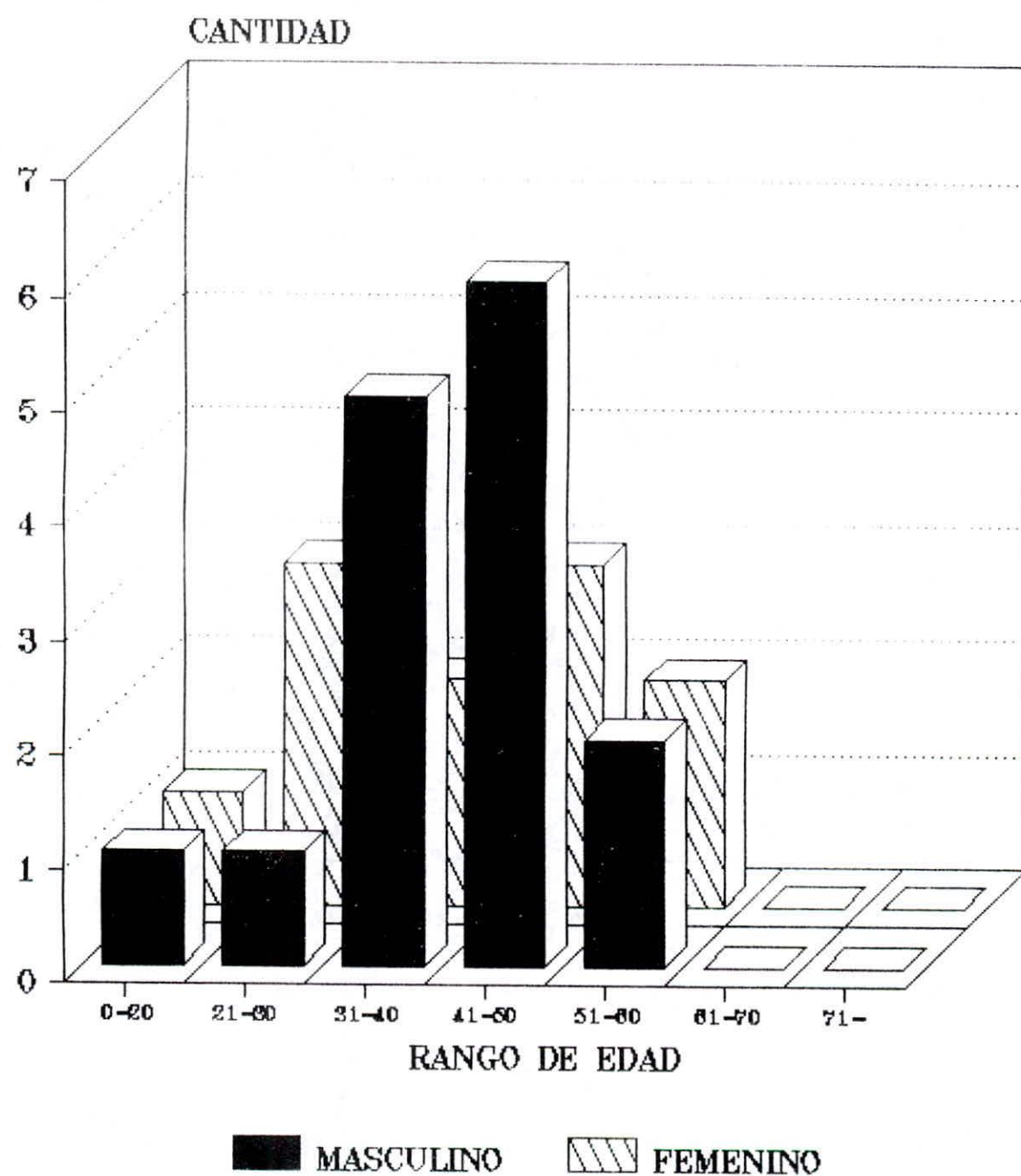
El rango de edad que más sobresale en los mayoristas es el que va de 41 a 50 años con 3 intermediarios. (Ver Gráfica 32).

El minorista está en el rango de edad que va de 21 a 30 años. (Ver Gráfica 33).

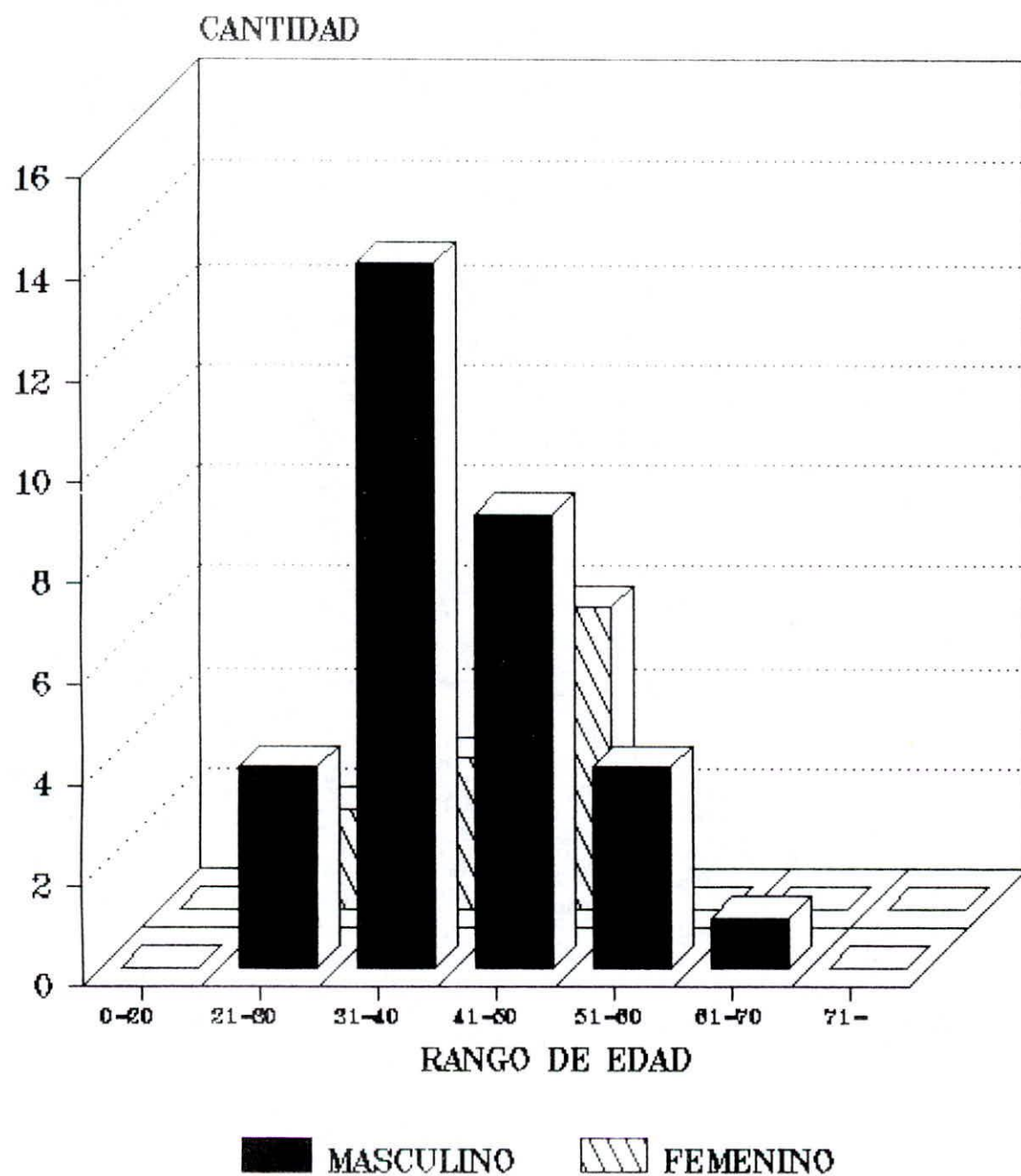
GRAFICA 28. Distribucion Sexo y Edad en mayorista: Palmira



GRAFICA 29. Distribucion Sexo y Edad en minorista: Palmira



GRAFICA 30. Distribucion Sexo y Edad en mayorista: Tasajera



6.1.6 Buena Vista.

En esta población se encontró un total de 13 intermediarios y se clasificaron en 8 (61.54%) mayoristas y 5 (38.46%) minoristas. Se halló que las personas que se dedican a la comercialización tienen una edad que oscila entre 21 y 60 años; en esta población todos los intermediarios son de sexo masculino debido a que es una actividad un poco pesada para el sexo femenino por cuanto se tiene que transportar en canoa por varias horas lo que resulta un poco riesgoso.

Para los mayoristas el rango de edad que más sobresale es el que va de 41 a 50 años con 5 intermediarios (Ver Gráfica 34).

En cuanto a los minoristas el rango de edad que más sobresale es el que va de 41 a 50 años con 2 minoristas. (Ver Gráfica 35).

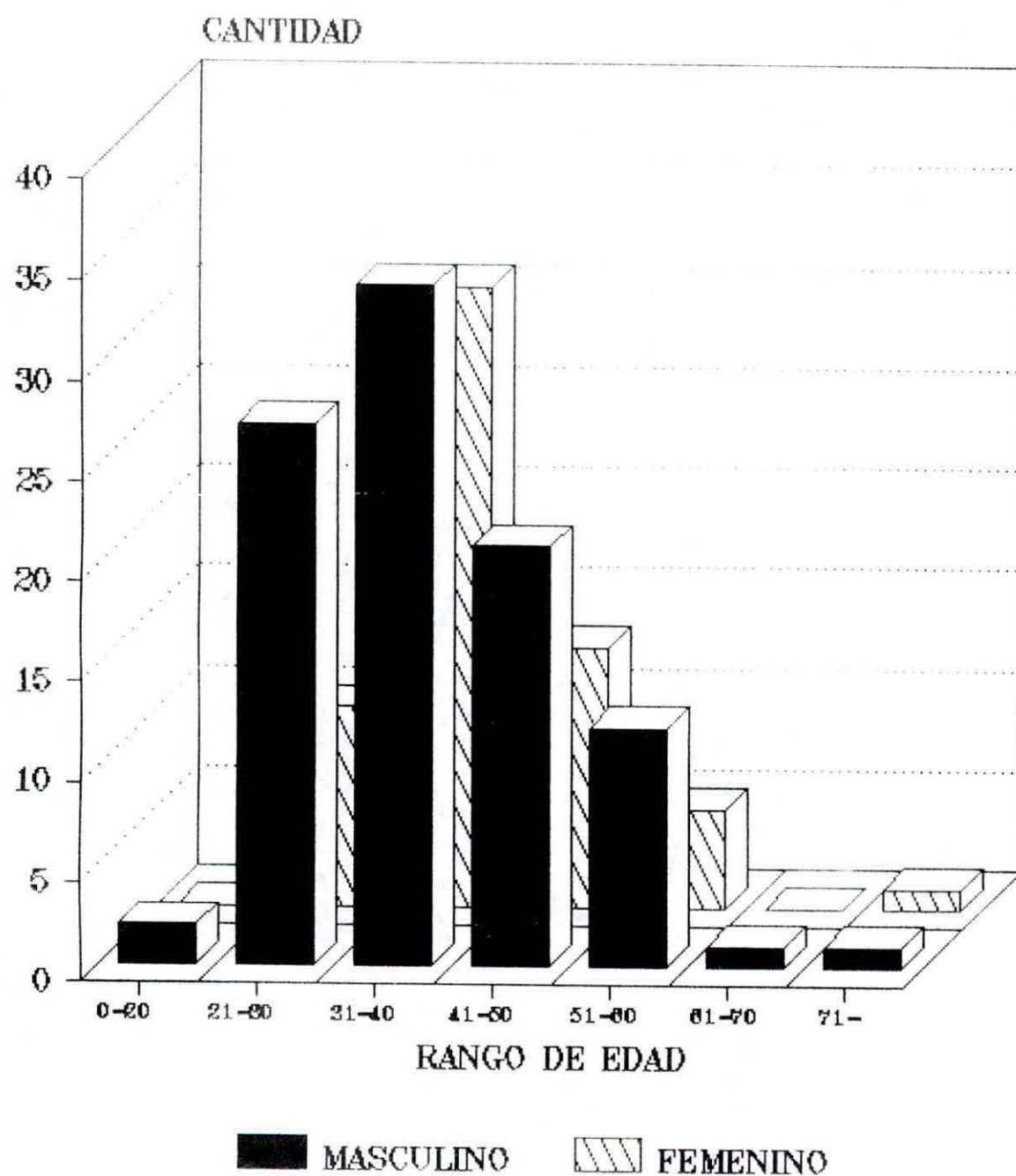
6.1.7 Nueva Venecia.

En esta población se encontró un total de 57 intermediarios y se distribuyeron según la clasificación establecida en 15 (26.32%) mayoristas y 42 (73.68%) minoristas. Se notó que las personas que se dedican a la comercialización tiene una edad que va de 21 a 70 años, al igual que en Buena Vista y Bocas de Aracataca todas las personas que intervienen en la comercialización son de sexo masculino debido a las características anteriormente anotada.

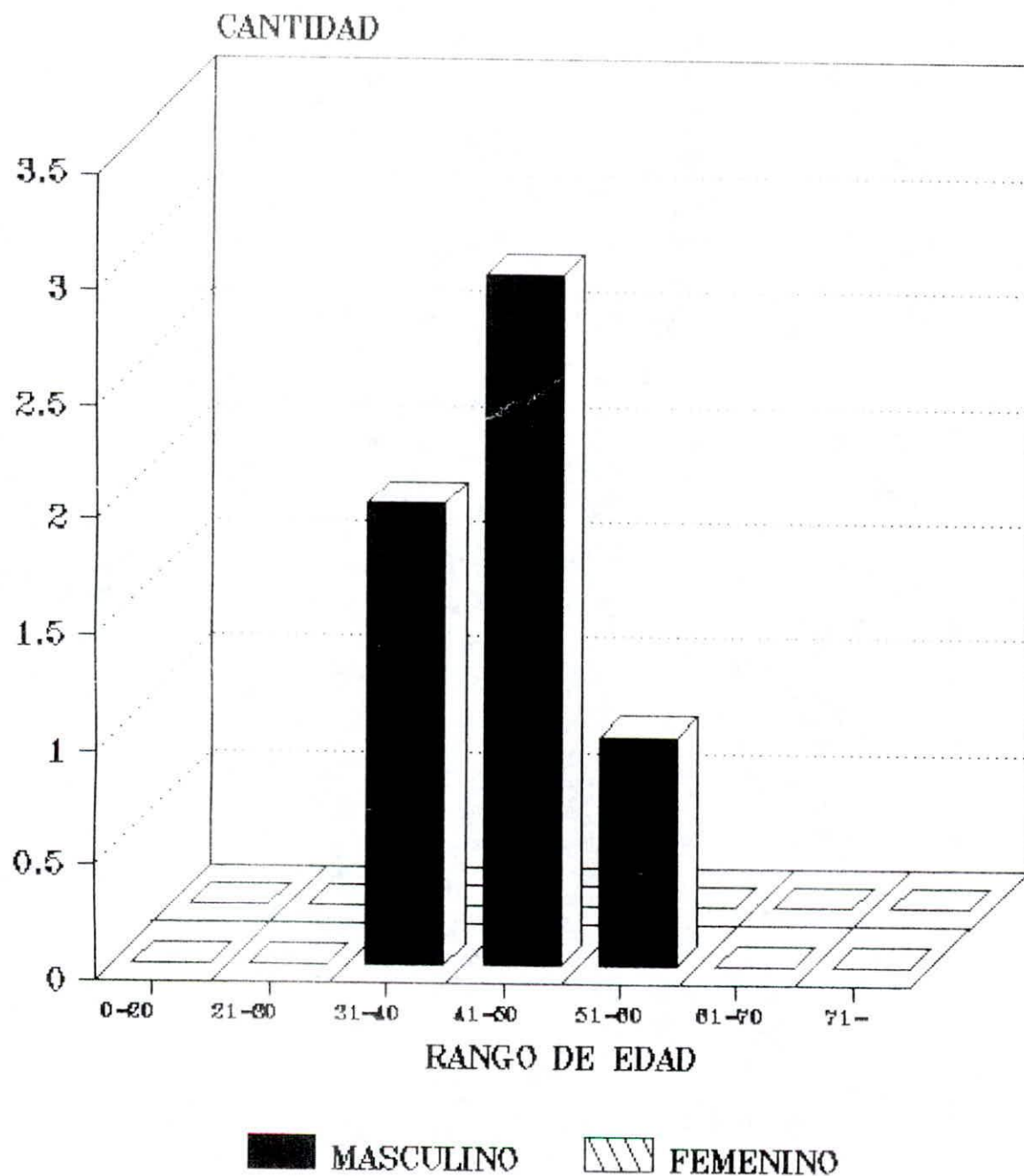
El rango de edad que más sobresale en los mayoristas es el que va de 31 a 40 años con 7 intermediarios. (Ver Gráfica 36).

Entre los minoristas el rango de edad que más sobresale es el que va de 31 a 40 años con 10 intermediarios (Ver Gráfica 37).

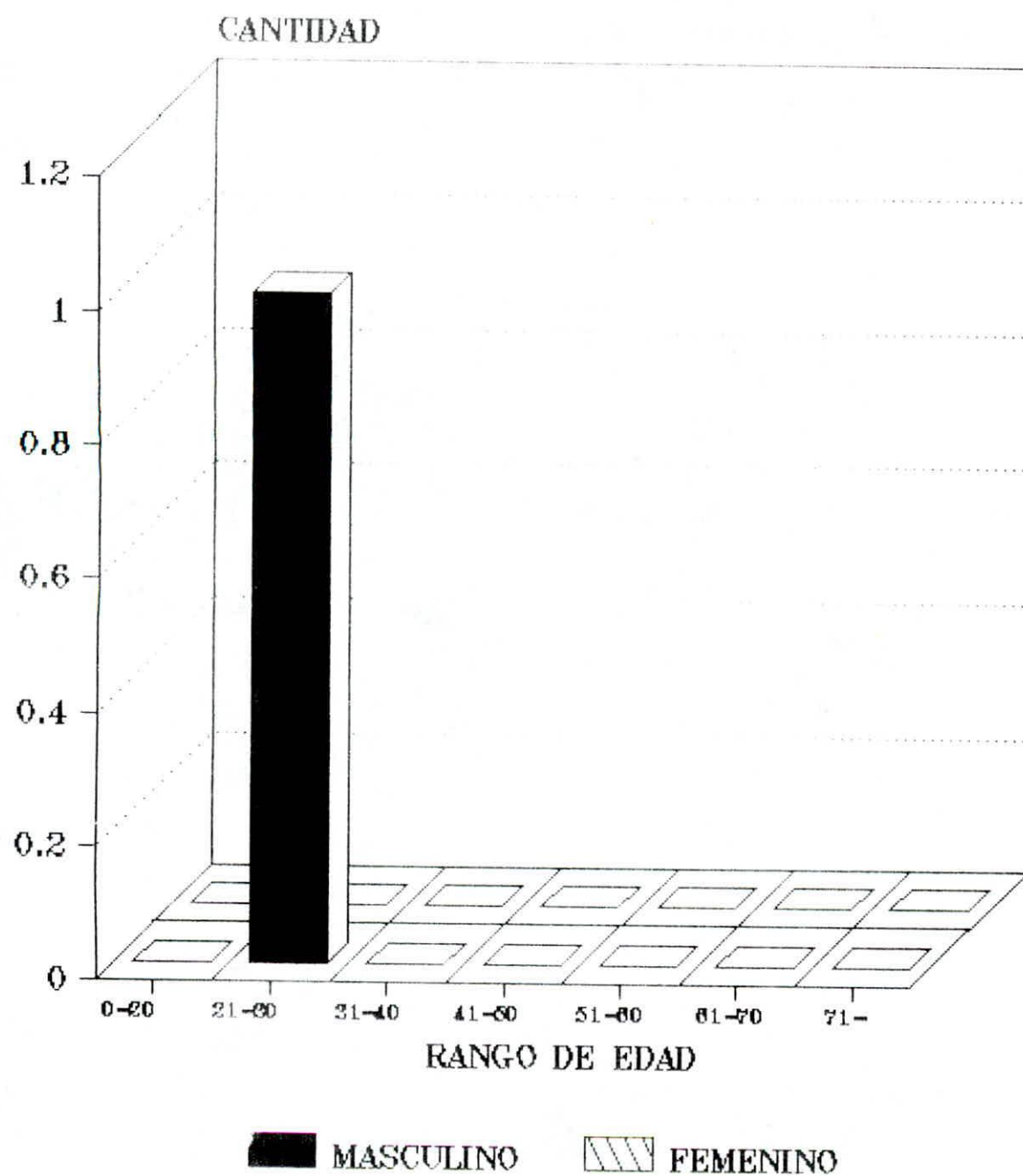
GRAFICA 31. Distribucion Sexo y Edad en minorista: Tasajera



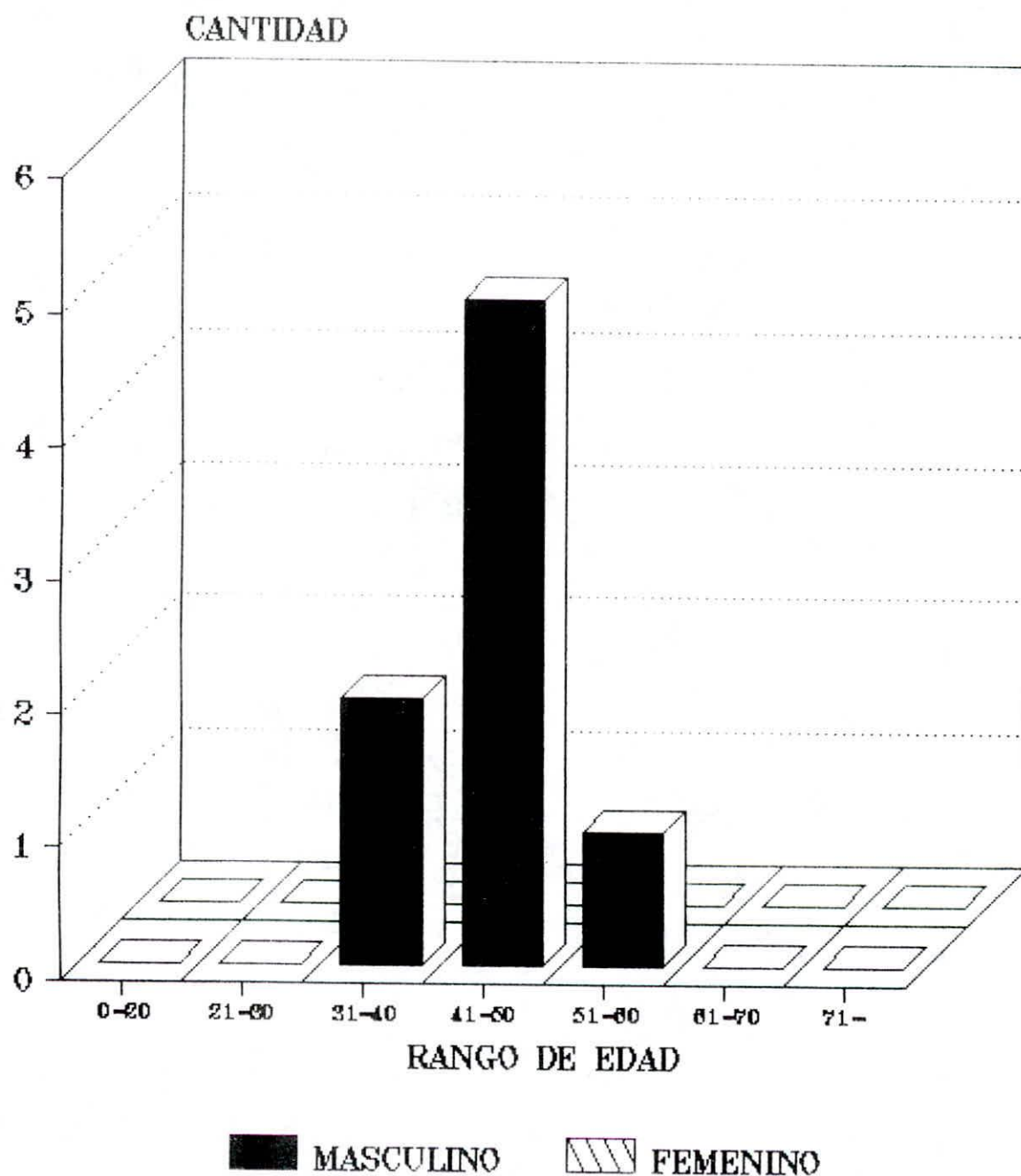
GRAFICA 32. Distribucion Sexo y Edad en mayorista: Bocas de Aracataca



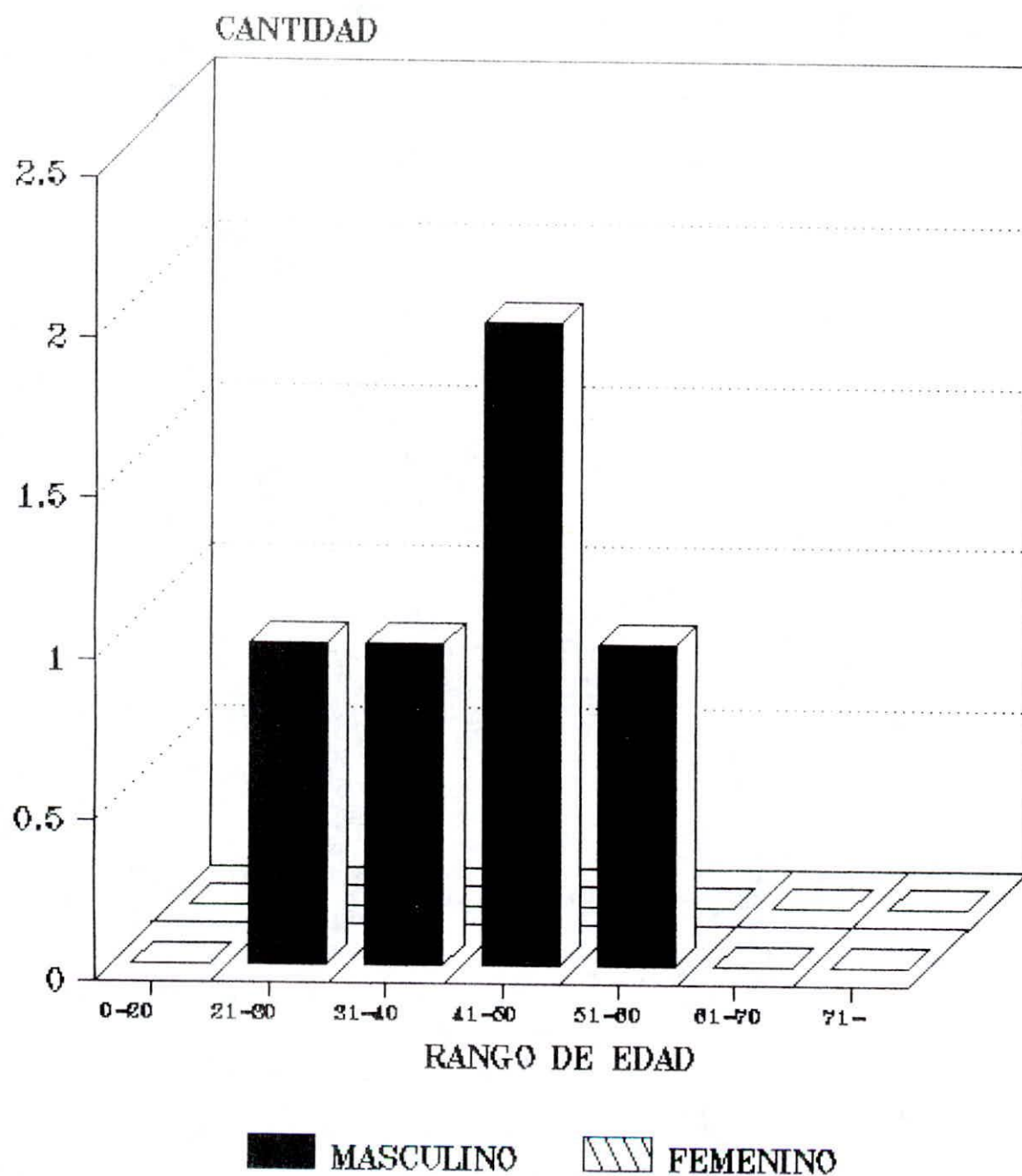
GRAFICA 33. Distribucion Sexo y Edad en minorista: Bocas de Aracataca



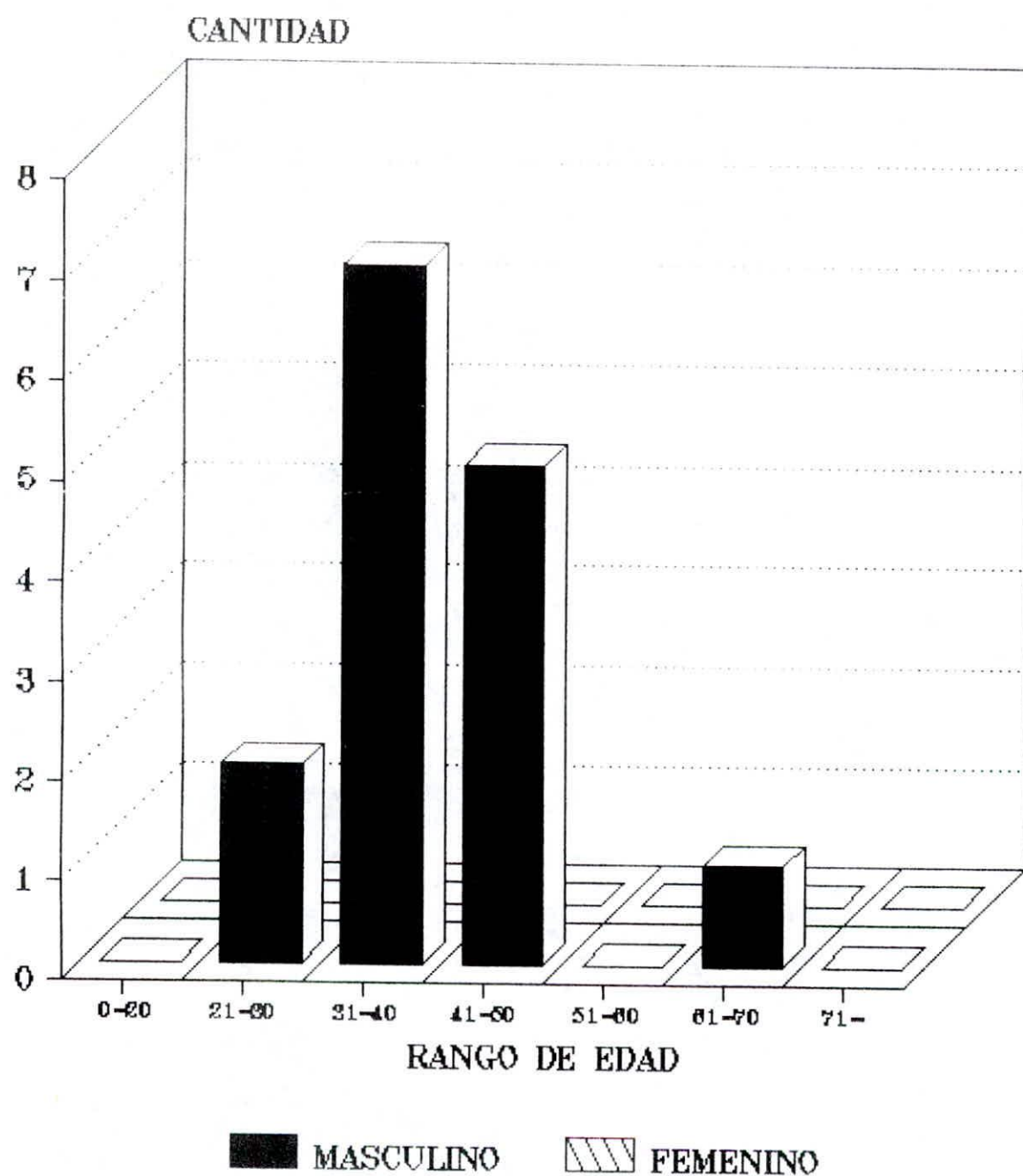
GRAFICA 34. Distribucion Sexo y Edad en mayorista: Buena Vista



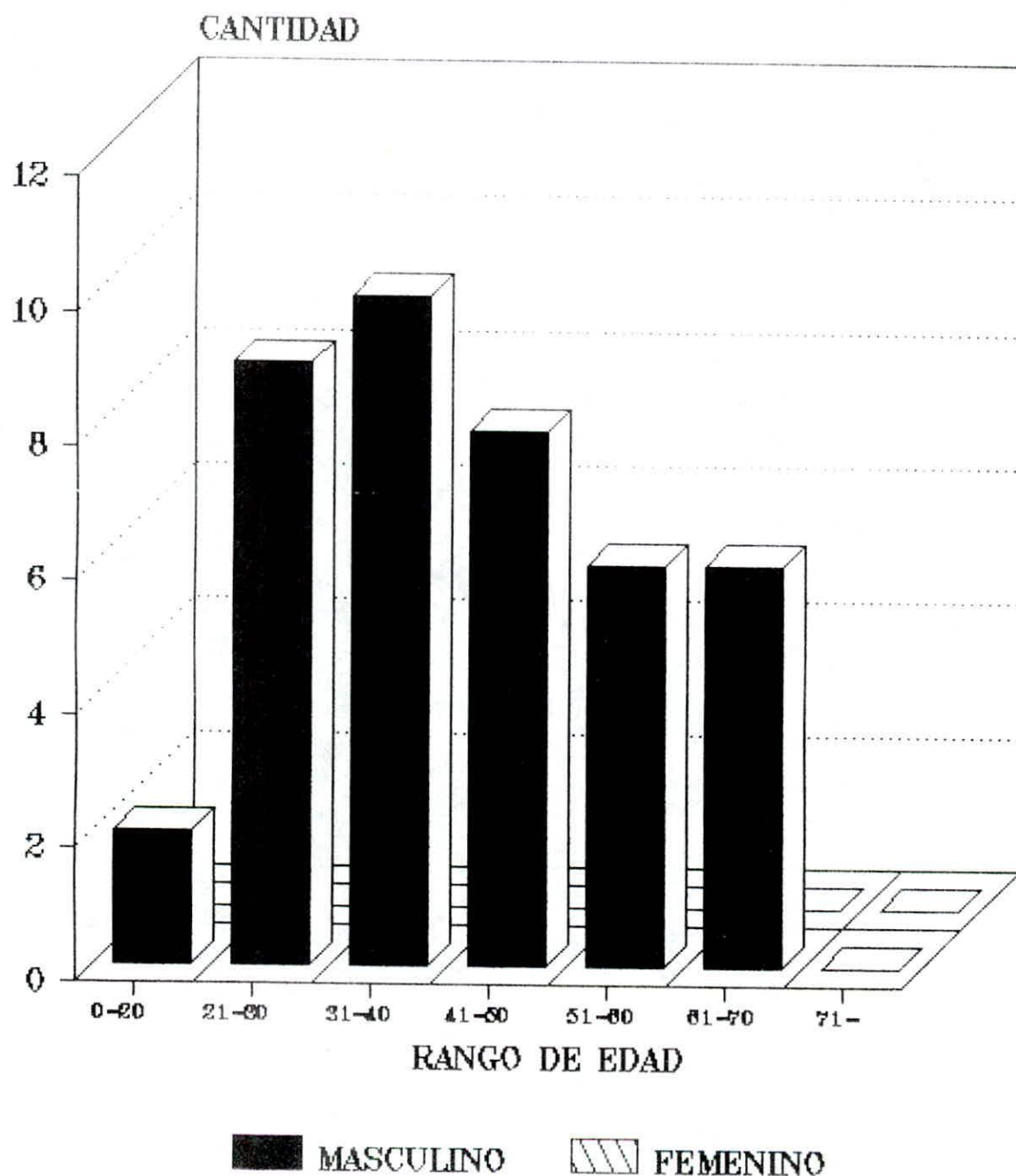
GRAFICA 35. Distribucion Sexo y Edad en minorista: Buena Vista



GRAFICA 36. Distribucion Sexo y Edad en mayorista: Nueva Venecia



GRAFICA 37. Distribucion Sexo y Edad en minorista: Nueva Venecia



6.2 PARTICIPACION DE LA MANO DE OBRA FAMILIAR EN EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

La mano de obra utilizada por los intermediarios mayorista y minoristas son las siguientes: esposo (a), hermano (a), hijo (a), madre, padre, primo, sobrino, tío, suegro (a), cuñado.

La Tabla 43 describe los porcentajes de intervención del parentesco o mano de obra familiar en el proceso de comercialización.

El porcentaje mayor 25.74% lo presenta la mano de obra o parentesco del hijo siguiéndole hermano con un 20.5% y existe un 18.94% que no tiene ningún tipo de mano de obra y existe un 12.10% y un 10.52% que utilizan la mano de obra del primo y sobrino respectivamente.

En cuanto a los minoristas el porcentaje mayor 34.3% lo presenta la mano de obra del hijo siguiendo un 17.44% que no tiene ningún tipo de mano de obra, el 16.8% utiliza mano de obra del primo.

A nivel de mayoristas y minoristas la mano de obra de los padres y madres intervienen en un bajo porcentaje en el proceso de comercialización del producto pesquero en la C.G.S.M.

TABLA 43.
**PARTICIPACIÓN DE LA MANO DE OBRA FAMILIAR EN EL
 PROCESO DE LA COMERCIALIZACIÓN.**

PARENTESCO	MAYORISTA (%)	MINORISTA (%)
ESPOSO (A)	5.78	8.70
HERMANO (A)	20.50	9.88
HIJO (A)	25.74	34.30
MADRE	0.58	0.58
PADRE	1.00	2.93
PRIMO	12.10	16.80
SOBRINO	10.52	2.93
SUEGRO	0.50	
TÍO		1.10
CUÑADO	4.20	5.00
NINGUNA	18.94	17.44
TOTAL	100%	100%

Fuente: Los Autores.

6.3 PERSONAS QUE DEPENDEN DE LA ACTIVIDAD DE LOS MAYORISTAS Y MINORISTAS

La Tabla 44 describe que el mayor número de personas menores de edad que dependen de la actividad realizada por los intermediarios mayorista se encuentra en la población de Tasajera en la cual encontramos que existe 50 niñas y 57 niños dependiendo de esta actividad. Mientras que en menor número de menores de edad que dependen de la actividad se encuentra en la población de Palmira con 12 niños y 6 niñas.

En cuanto al número de personas adultas que dependen de la actividad realizada por los mayoristas encontramos que el mayor porcentaje está en

la población de Tasajera con 62 hombres y 76 mujeres mientras que el menor porcentaje lo encontramos en la población de Palmira con 11 hombres y 14 mujeres.

Para los minoristas encontramos que las personas menores de edad que dependen de la actividad que estos realizan el mayor número se encuentra en la población de Tasajera con 194 niños y 198 niñas. Y el menor número lo encontramos en Bocas de Aracataca con 3 niños y 1 niña.

En cuanto al número de personas adultas que dependen de la actividad de los minoristas encontramos que el mayor número está en la población de Tasajera con 224 hombres y 232 mujeres, mientras que el menor número se encuentra en la población de Bocas de Aracataca con un hombre y una mujer.

TABLA 44.

**PERSONAS QUE DEPENDEN DE LA ACTIVIDAD POR
INTERMEDIARIOS.**

POBLACION	TOTAL	INTER. MAYORISTAS				INTER. MINORISTAS			
		NIÑO	NIÑA	HOMBRE	MUJER	NIÑO	NIÑA	HOMBRE	MUJER
PUEBLO VIEJO	413	45	31	40	46	45	55	78	73
ISLA DEL ROSARIO	296	12	16	17	30	51	38	72	60
PALMIRA	182	12	6	11	14	29	28	40	42
TASAJERA	1.093	50	57	62	76	194	198	224	232
BOCAS DE ARACATACA	62	18	11	14	13	3	1	1	1
BUENA VISTA	115	16	11	23	16	10	8	16	15
NUEVA VENECIA	294	29	28	17	24	48	43	51	54

Fuente: Los Autores.

7 FORMA DE TRATAMIENTO E HIGIENE DEL PRODUCTO

Aquí se muestra el mayor centro de acopio conocido como la plaza de mercado en la población de Tasajera. En él se observa el momento en que se realiza el proceso de compra - venta entre el pescador y el intermediario, aquí se observa el estado de higiene en que se encuentra actualmente el "Mercadito" no cumple con las condiciones necesaria requerida por el producto. (Ver Anexo I).

Muestra el tipo de empaque, como lo es el de una nevera vieja, a la cual le dan la función de almacenamiento, utilizado comúnmente por los fresqueros, en ella las condiciones de higiene son totalmente inaceptables. (Ver Anexo J).

Igualmente muestra otro tipo de empaque y la forma como es acumulado el pescado, cubierto con bolsas plásticas los cuales no lo cubren totalmente del sol. (Ver Anexo K).

Muestra la manera como es colocado el pescado en el piso de la canoa una vez llegado al puerto, sin hielo picado y sin ninguna protección de los rayos del sol. (Ver Anexo L).

Aquí se observa que luego de ser comprado el producto éste es depositado en los tanques plásticos en espera para la aplicación de hielo picado, sin ninguna garantía de que se preservará correctamente en esas condiciones. (Ver Anexo M).

En éste se muestra como se procede a la aplicación de hielo picado sobre el producto, lo cual hace que este sea maltratado físicamente y pierda su apariencia disminuyendo el óptimo estado para el consumo. (Ver Anexo N).

Este señala la forma que el producto es enviscerado, escamado y abierto, tal proceso es llevado acabo con un simple plástico que separa el producto del suelo, tal separación es insuficiente debido a que éste es un producto que tiene la facultad de entrar en descomposición, más aún cuando no hay un correcto estado de higiene. (Ver Anexo Ñ).

A diferencia del Anexo 7, éste muestra otro típico lugar donde se lleva acabo los procesos de enviscerado, escamado y abierto. Este lugar consiste en una mesa de madera dispuesto longitudinalmente, en la que son cubiertos con un plástico con mugre pegado originando el cambio de color natural del pez. Además se observa que es totalmente antihigiénico

que este tipo de proceso se realice cerca a un orinal público en desaseo. (Ver Anexo O).

Este describe la manera como es lavado el producto, una vez aplicado el proceso de enviscerado y escamado, el tipo de agua que utilizan para el lavado es de la ciénaga, la cual es totalmente impura, sucia y del color de la tierra, con esta agua hacen hasta tres y más lavadas. (Ver Anexo P).

Esta señala los diferentes tipos de envases plásticos donde almacenan y/o empacan el producto hasta llevarlo al consumidor final. (Ver Anexo Q).

8. CONCLUSIONES

De acuerdo con la investigación que se llevó acabo, se puede concluir lo siguiente:

Durante el período de encuesta en toda la Ciénaga Grande de Santa Marta salen 51.888,3 kilogramo diario.

La comercialización del producto pesquero se hace a través de las poblaciones: de Tasajera en un 39.3%, Nueva Venecia en un 22.72%, Pueblo Viejo en un 10.23%, Bocas de Aracataca en un 9.2%, Palmira en un 7.7%, Isla del Rosario en un 5.73% y Buena Vista en un 5.12% del total de lo que se comercializa en toda la C.G.S.M.

La población que más movimiento comercial tiene en cuanto al producto pesquero se refiere es Tasajera (20.394,1 kg), de allí sale el mayor porcentaje (39,3%) de producto capturado en toda la C.G.S.M y es la que más intermediarios mayoristas y minoristas tiene (34 y 158 respectivamente); por Buena vista se comercializa la menor cantidad de producto pesquero.

En la zona objeto de estudio operan 436 comercializadores permanentes de los cuales se obtuvo la información anterior: ubicados : 201 en Tasajera, (43 Mayoristas y 158 Minoristas) y que en épocas especiales del año (semana santa, vacaciones, etc.) pueden aumentar hasta en un 150% , en Pueblo Viejo 65 (23 Mayoristas y 42 Minoristas), en Isla del Rosario 59 (17 mayoristas y 42 minoristas), en Nueva Venecia 57 (15 mayoristas y 42 minoristas), en Palmira 34 (8 mayoristas y 26 minoristas), en Buena Vista 13 (8 mayoristas y 5 minoristas), en Bocas de Aracataca 7 (6 Mayoristas y 1 Minorista).

La composición del destino final es: Intermediarios el 48.19%, Plaza de mercado, mercado público y ventas ambulantes el 29.34%, restaurantes el 7.5%, supermercados el 4.68%, pescaderías el 3.13%, hoteles el 3.29%, coctelerías el 2.53%, los zoocriaderos el 1.15% y otros con el 0.19%.

El producto pesquero de la C.G.S.M tiene como mercado destino y/o centro de consumo las siguientes ciudades: Barranquilla en un 36.79%, Sitio Nuevo en un 11.68%, Santa Marta 8.31%, La Zona Bananera de Santa Marta en un 6.14%, Bogotá en un 5.86%, Ciénaga con 5.77%, Cartagena en 1.68%, Fundación en 1.48%, Cúcuta en un 0.91%, Bucaramanga en un 0.7%, Riohacha en un 0.67%, Valledupar en un 0.27%, Sincelejo en un 0.22%, Montería en un 0.19% y otros en un 19.33% del total del producto que sale de la C.G.S.M.

La mayoría del transporte se hace a través del servicio público (buses intermunicipales e interdepartamentales), también se utiliza el servicio

aéreo (avión), sobre todo para el traslado del producto hasta las ciudades del centro del país.

En general la calidad y la higiene del producto se ven gravemente afectado por los malos métodos, mal manejo y el manipuleo que se le da al producto.

9 RECOMENDACIONES

Los autores del presente estudio a recomendamos y/o a sugerimos propuestas ó aportamos iniciativas para lograr soslayar en parte los problemas y para tratar de impulsar un cambio significativo dentro del andamiaje de la comercialización. Sugerimos lo siguiente:

Se debe realizar un seguimiento durante 365 días permanente durante varios años, para poder establecer el comportamiento de las diferentes variables que intervienen en la comercialización, para obtener un dato exacto del producto pesquero que se comercializa en un año en la C.G.S.M. y saber con exactitud la variabilidad que presenta esta actividad.

Impulsar a que el pescador se organice, o que él mismo o un miembro del seno familiar y/o de la U.E.P. se dedique a la comercialización del producto que ellos mismos capturan, hay que hacerle ver o concientizarlo ya sea por medio de conferencias, programas didácticos, culturales, cartillas, boletines informativos, etc., que en el proceso de la comercialización se obtiene un mayor porcentaje de ganancia y que este es apropiado por otros. En un segundo plano sería educar a la nueva

generación e inculcarle desde ya la conveniencia para él y su familia que tiene al meterse al proceso de la comercialización y que no se dedique solamente al proceso de captura, por que todo el tiempo será un sobre explotado del comerciante y/o intermediario. Con miras a que el pescador mejore sus ingresos y forma de vida.

Implantar la venta de producto por peso, ya que es más ventajoso este patrón de venta. En el patrón actual (por mano) el comerciante cuando le compra al pescador le hace una clasificación a una especie de acuerdo al tamaño y de un tamaño a otro la diferencia es mínima en cuanto a este, al peso y al precio, en cambio el intermediario cuando vende no hace tal clasificación si no que mezcla los diferentes tamaños y vende a un precio alto estándar. Con el ánimo de aumentar sus ingresos.

Creación de una microempresa procesadora de conservas y semiconservas, tales como enlatados de pescado, salchichas de pescado, compotas de pescado etc., para cambiar la tradicional compra y venta de pescado.

Impulsar la construcción de un desembarcadero acondicionado acorde con las necesidades y un centro de acopio con sistemas de conservación y todos los servicios de apoyo necesarios, para mejorar las condiciones higiénicas del producto.

Establecer una unidad regional de comercialización, donde se pueda copiar la producción en cada desembarcadero, con una buena

infraestructura de almacenamiento así mejoraría en el mercado el producto sin la intervención de los intermediarios, y los consumidores obtendrían el producto a un precio estable en cualquier época del año en condiciones óptimas de higiene y calidad. De esta forma se mejoraría la calidad del producto, previniendo la escasez y los cambios bruscos en los precios.

La comunidad pesquera debe participar activamente en los planes y programas de las actividades de desarrollo encargadas de mejorar el nivel de vida del pescador.

Prestar más atención al papel de la mujer como refuerzo de la función económica y social en la producción y comercialización del pescado y en la atención de la familia.

Dada la importancia presente y potencial de los desembarcos del producto pesquero en la C.G.S.M, la demanda del producto a nivel departamental, regional y nacional su alto grado de perecibilidad, las limitaciones tecnológicas, y por lo demás, la importancia económica - social de la actividad pesquera en su conjunto se reafirma la necesidad de posibilitar y/o mejorar las condiciones que permitan un adecuado tratamiento del producto pesquero en el proceso de su comercialización, desde el momento de su captura, hasta su llegada al consumidor final.

Se requiere implementar acciones a corto plazo de manera racional y sistemática para capacitar a la población en las técnicas de la

comercialización, información de mercado, manejos de precios, administración, manejo contable, clasificación, almacenamiento, empaquetado, conservación, transporte, etc. del producto pesquero.

BIBLIOGRAFIA

- FERNANDEZ, Olga. Influencia de la calidad y el precio del pescado sobre su consumo en Santa Marta. 1993, Tesis (Economía Agrícola) Universidad del Magdalena, Facultad de Economía Agrícola.
- GONZALEZ, Blanca. et-al. (1989). Comercialización del producto pesquero en: Estructura y perspectivas de desarrollo del subsector pesquero. Costa Guajira. Universidad del Magdalena CARBOCOL S.A.
- ICONTEC. Normas colombianas sobre documentación y presentación de tesis de grado. Bogotá, 1994.
- INDERENA. Plan de Investigaciones en el ecosistema manglar Ciénaga Grande de Santa Marta. Tomo IV. Julio 1977.
- LINERO, Ezequiel. Comercialización del pescado de mar en Santa Marta, 1976, tesis (Economía Agrícola) Universidad del Magdalena, Facultad de Economía Agrícola.

PRO - CIENAGA. Investigaciones sobre diferentes aspectos de la Ciénaga Grande de Santa Marta, 1993 (boletines informativos).

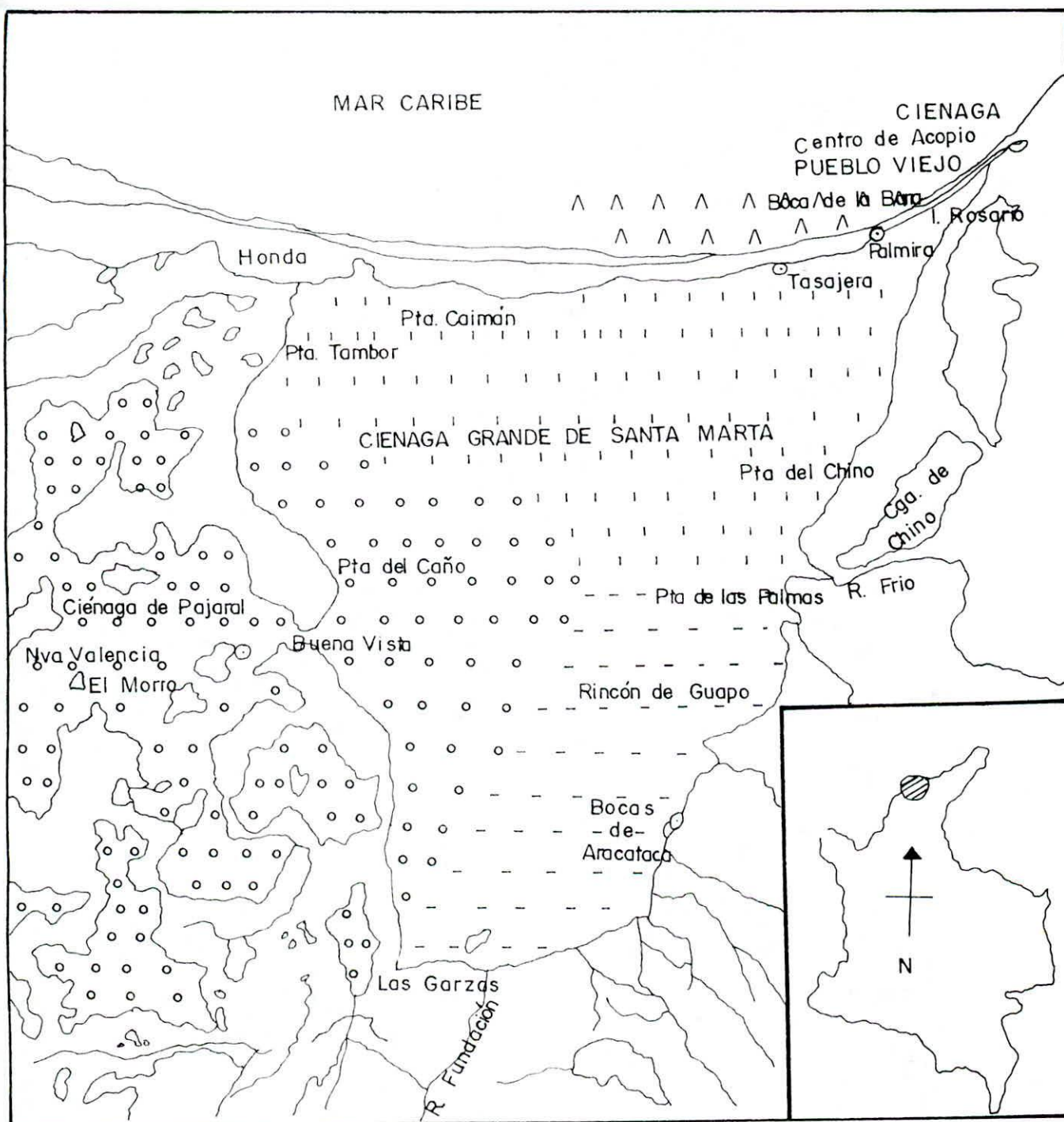
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. CAMARA DE COMERCIO DE BARRANQUILLA . Perspectivas del de Desarrollo para Barranquilla y su Area de influencia, 1986.
2. COLOMBIA COL.CIENCIAS. Informe Final Proyecto Piloto de evaluación para el Desarrollo de las Pesquerías Artesanales en la Región de Santa Marta. Bogotá, 1986.
3. DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION. La Industria pesquera en Colombia. Bogotá, 1980.
4. HOLASA. Industrialización pesquera en Colombia: Desarrollo y perspectivas. Medellín Edinalco, 1988.
5. LINERO PEREZ, Ezequiel. Comercialización del Pescado de Mar en Santa Marta. Tesis (Economista Agrícola). Universidad del Magdalena. Facultad de Economía Agrícola. 1976.

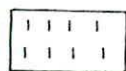
6. MENDOZA, G. Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios .I. C. A. San José de Costa Rica.
7. NYHOLM, E. Proyecto para el desarrollo de la Pesca Continental. INDERENA-FAO. Bogotá, 1975.
8. OSPINA, N.F. 1992
9. POLO ROMERO, Gustavo. Mercadeo de Productos Pesqueros Aguas Continentales de Colombia.
10. PRO-CIENAGA. Boletín Informativo # 10. Santa Marta, 1993.
11. SIERRA INSIGNARES, Hernando. Diagnóstico sobre Comercialización de Productos Pesqueros en la C.G.S.M.. Pro-ciénaga. Santa Marta, 1994.

ANEXOS

ANEXO A. Sitios de pesca y centros de acopio del producto pesquero Ciénaga Grande de Santa Marta.



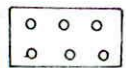
Areas de influencia:



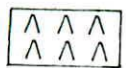
De los pescadores de los pueblos del norte: Tasajera, Palmira, Pueblo Viejo.



De los pescadores de las Bocas de Aracataca



De los pescadores de El Morro y Buena Vista



De los pescadores del mar adyacente

ANEXO B. Distribución del producto pesquero desde Pueblo Viejo.



. Centros de consumo

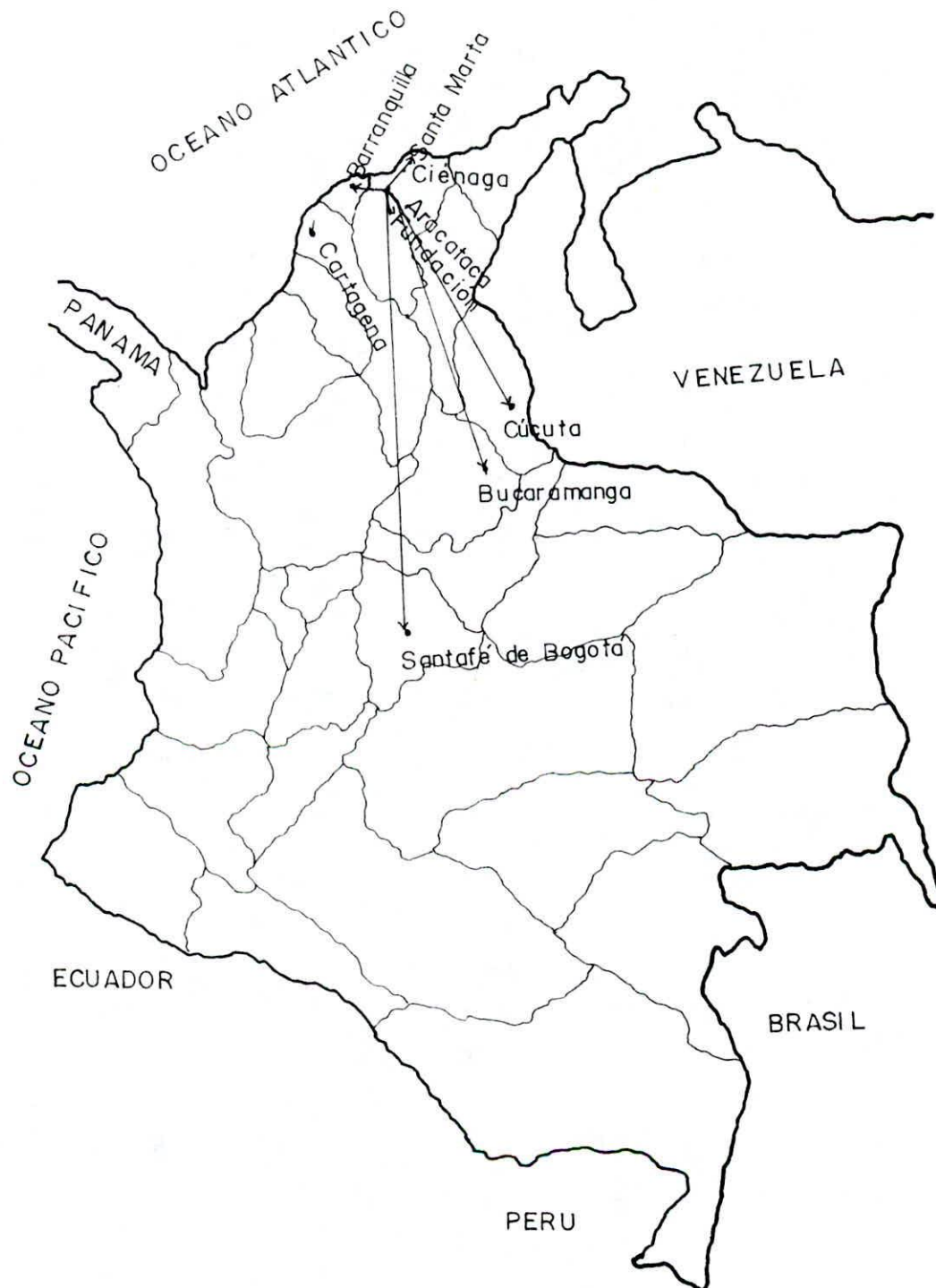
ANEXO C. Distribución del producto pesquero desde Isla del Rosario.



**ANEXO D. Distribución del producto pesquero
desde Palmira.**

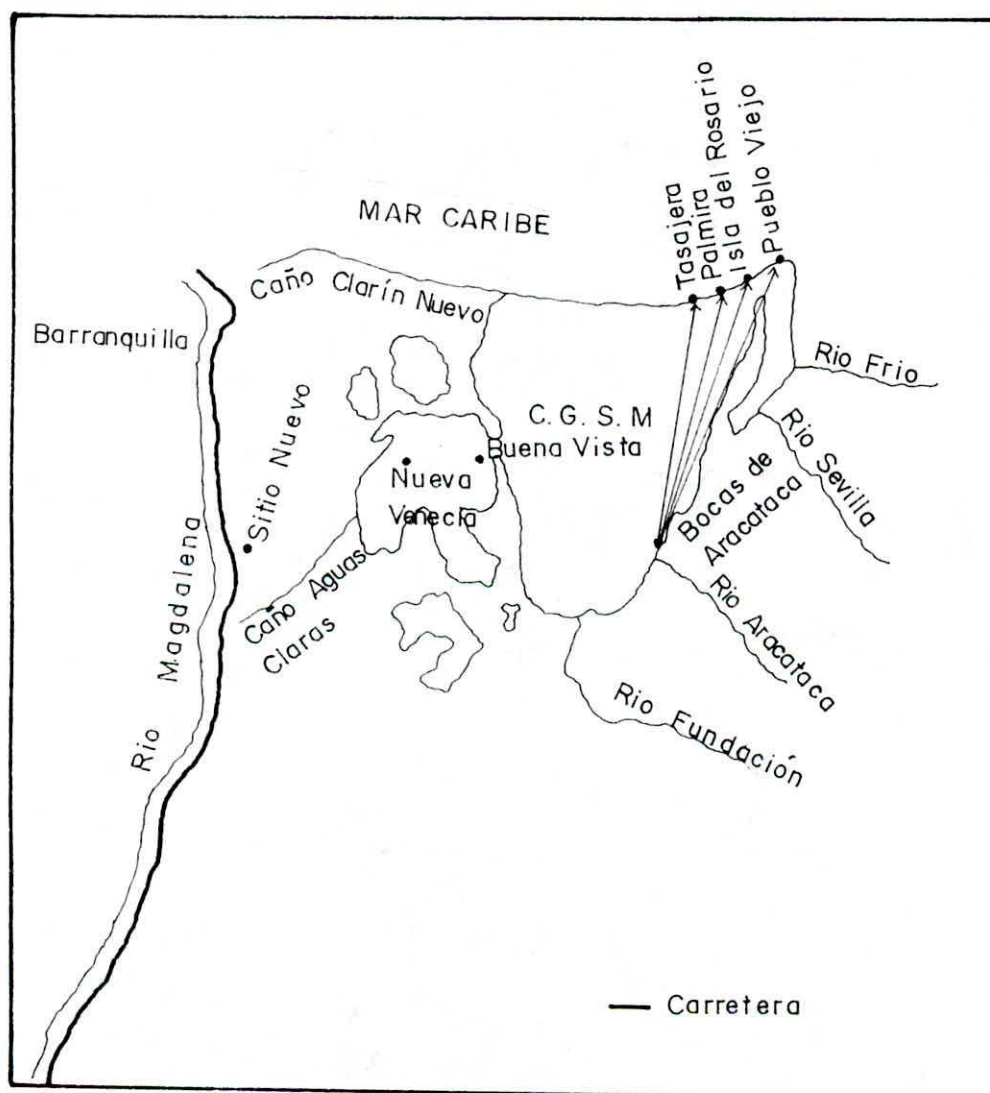


ANEXO E. Distribución del producto pesquero desde Tasajera.

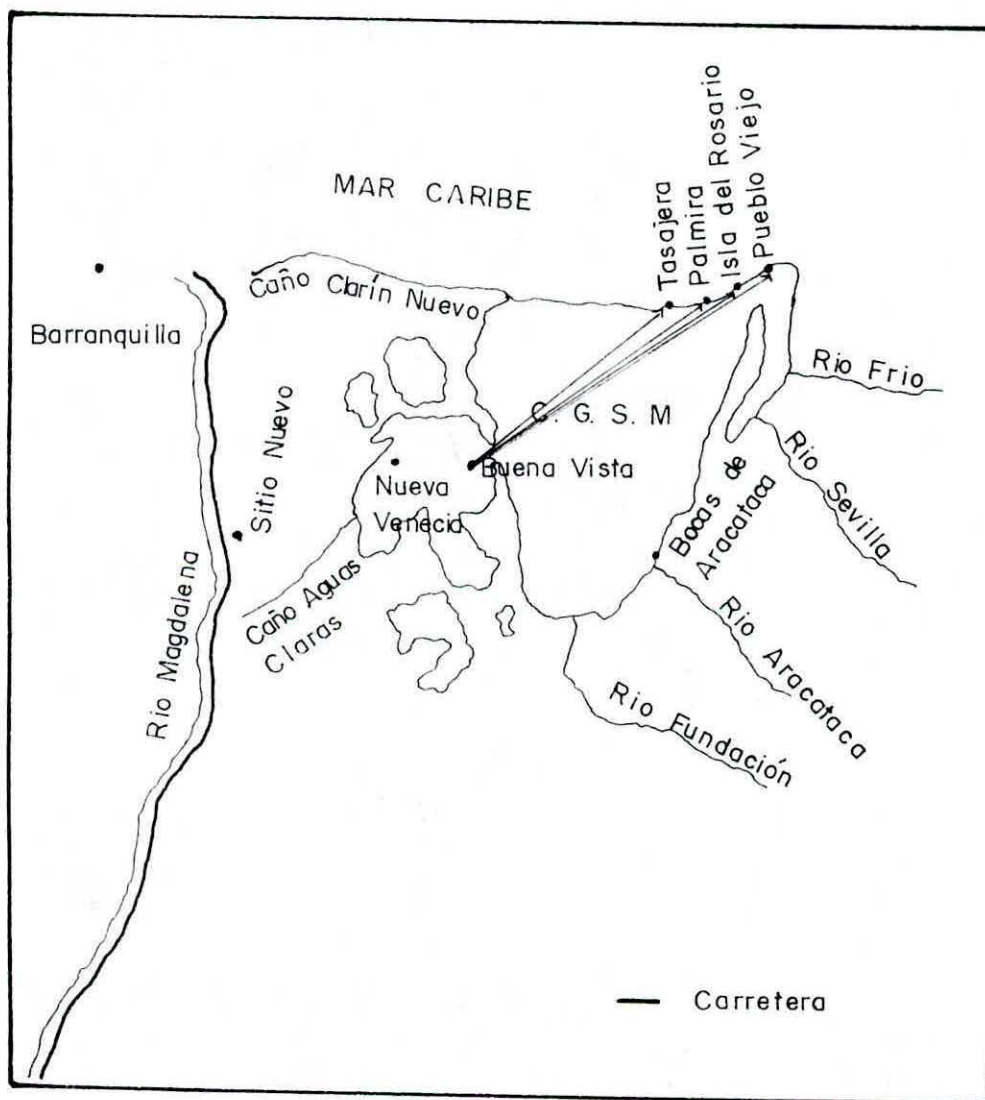


. Centros de consumo

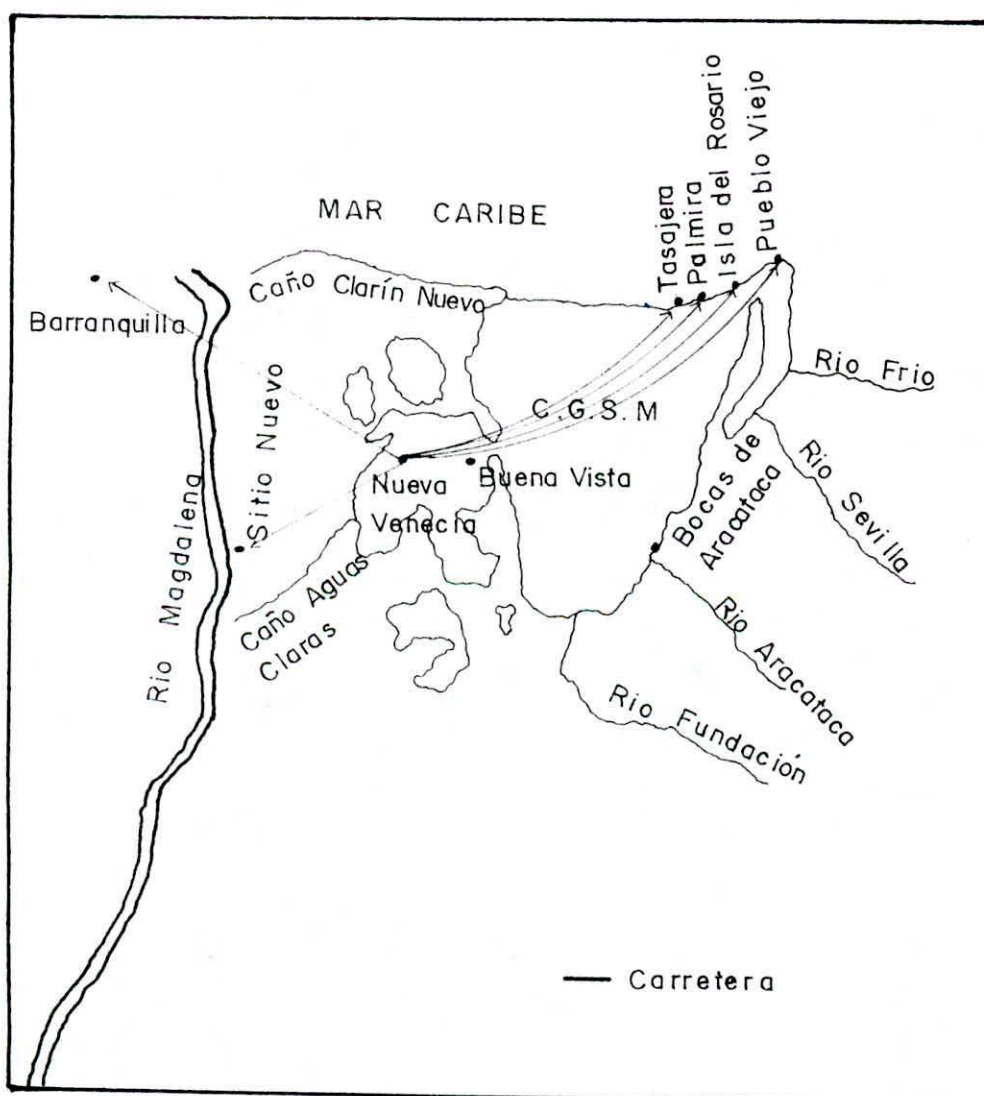
ANEXO F. Distribución del producto pesquero desde Bocas de Aracataca.



ANEXO G. Distribución del producto pesquero
desde Buena Vista.



ANEXO H. Distribución del producto pesquero
desde Nueva Venecia.



ANEXO I



ANEXO J



ANEXO K



ANEXO L



ANEXO M



ANEXO N



ANEXO Ñ



ANEXO O



ANEXO P



ANEXO Q

